

Карпатський національний університет імені Василя Стефаника

Факультет туризму

Кафедра туризмознавства і краєзнавства

## ДИПЛОМНА РОБОТА

на здобуття ступеня вищої освіти «Магістр»

на тему: «ДОСВІД ОРГАНІЗАЦІЇ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В  
УГОРЩИНІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЙОГО ВИКОРИСТАННЯ В ІВАНО-  
ФРАНКІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ»

Виконав: студент II курсу, групи Тм-21  
спеціальності 242 «Туризм і рекреація»  
(шифр і назва спеціальності)

Смик Назар

(прізвище та ініціали студента)

Керівник: к.і.н., доц. Вичівський П.П

(прізвище та ініціали)

Рецензент: к.і.н., доц. Новосьолов О.В.

(прізвище та ініціали)

Івано-Франківськ - 2025 р.

## АНОТАЦІЯ

Робота присвячена вивченню досвіду організації гастрономічного туризму в Угорщині та аналізу можливостей його адаптації до умов Івано-Франківської області. У роботі розглянуто сутність поняття «гастрономічний туризм», його роль у розвитку сучасної туристичної індустрії, особливості формування гастрономічних маршрутів і подій, а також їх вплив на економічну та культурну сферу регіонів.

Основну увагу приділено аналізу угорського досвіду розвитку гастрономічного туризму, який характеризується комплексним підходом до збереження національних традицій, брендування локальних продуктів, розвитку сільського туризму та організації гастрономічних фестивалів. Особлива увага приділяється можливостям створення гастрономічних маршрутів Прикарпаття, розвитку локальних брендів (гуцульська кухня, карпатські сири, мед, трав'яні чаї, органічні продукти), а також організації фестивалів і кулінарних подій, що можуть стати привабливими для внутрішніх і закордонних туристів.

Ключові слова: гастрономічний туризм, Угорщина, Івано-Франківська область, туристичний потенціал, локальні продукти, гастрономічні маршрути, культурна спадщина, сталий розвиток.

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ	
1.1. Поняття, сутність та класифікація гастрономічного туризму.....	6
1.2. Роль гастрономії у формуванні туристичної привабливості регіону...	15
1.3. Основні тенденції розвитку гастрономічного туризму у світі.....	20
РОЗДІЛ 2. ДОСВІД ОРГАНІЗАЦІЇ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В УГОРЩИНІ	
2.1. Особливості розвитку гастрономічного туризму в Угорщині.....	25
2.2. Основні типи гастрономічних продуктів та туристичних маршрутів (винні тури, фестивалі, кулінарні майстер-класи) в Угорщині.....	30
2.3. Аналіз успішних кейсів угорських гастрономічних дестинацій.....	35
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ УГОРСЬКОГО ДОСВІДУ РОЗВИТКУ ГАСТРОТУРИЗМУ ДЛЯ ІВАНО-ФРАНКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ	
3.1. Характеристика туристичних (гастро) ресурсів Івано-Франківської області .....	42
3.2. Моделі організації гастрономічних маршрутів та фестивалів на теренах Івано-Франківської області за угорським зразком.....	48
3.3. Роль держави, бізнесу та громадських організацій у розвитку гастрономічного туризму в Івано-Франківській області.....	54
3.4. Рекомендації щодо розвитку гастрономічного туризму в межах Івано- Франківської області .....	62
ВИСНОВКИ.....	66
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	69

## ВСТУП

**Актуальність теми.** Сучасний розвиток туристичної індустрії характеризується диверсифікацією напрямів та зростаючою увагою до культурно-пізнавальних форм відпочинку. Одним із перспективних видів туризму, що поєднує культурну, гастрономічну та економічну складові, є гастрономічний туризм. Він передбачає подорожі з метою знайомства з національною кухнею, локальними продуктами, кулінарними традиціями регіону та участі у спеціалізованих фестивалях і подіях. Гастрономічний туризм сприяє розвитку локальної економіки, популяризації культурної спадщини та створенню іміджу регіону як туристично привабливого, а також стимулює розвиток сільського господарства, малого та середнього бізнесу.

Актуальність теми магістерського дослідження обумовлена зростаючим інтересом до культурно-гастрономічного туризму в Україні та Європі, а також необхідністю формування нових туристичних продуктів, що здатні поєднувати культурну спадщину, гастрономію та сучасні потреби туристів. Особливою цікавою є практика країн Центральної та Східної Європи, зокрема Угорщини, де гастрономічний туризм давно став складовою стратегії розвитку туристичної галузі. Угорщина відома своїми винними та кулінарними маршрутами, гастрономічними фестивалями та ефективною інтеграцією локальних продуктів у туристичні програми. Досвід цієї країни може стати цінним джерелом для розвитку гастрономічного туризму в українських регіонах, що мають багаті культурні традиції та унікальні локальні продукти.

**Об'єктом дослідження** є процес організації та розвитку гастрономічного туризму в країнах Європи та в Україні.

**Предметом дослідження** є досвід Угорщини в організації гастрономічного туризму та можливості його адаптації для розвитку туристичних продуктів в Івано-Франківській області.

**Метою дослідження** є визначення ефективних напрямів використання угорського досвіду гастрономічного туризму для підвищення туристичної привабливості Івано-Франківської області та розробка пропозицій щодо

створення локальних гастрономічних маршрутів, фестивалів та інтегрованих туристичних продуктів.

Для досягнення поставленої мети у дослідженні передбачено вирішення таких завдань:

- проаналізувати теоретичні засади гастрономічного туризму та його роль у сучасній туристичній індустрії;
- дослідити міжнародний досвід організації гастрономічного туризму з акцентом на практики Угорщини;
- оцінити туристичний потенціал Івано-Франківської області для розвитку гастрономічних маршрутів та подій;
- визначити проблеми та бар'єри впровадження гастрономічного туризму в регіоні;
- розробити рекомендації щодо адаптації угорських практик для створення конкурентоспроможних гастрономічних продуктів в Івано-Франківській області.

**Методи дослідження** включають аналіз і синтез наукових джерел, порівняльний аналіз практик розвитку гастрономічного туризму в Угорщині та Україні, системно-структурний підхід, аналітичне моделювання та емпіричні спостереження за туристичною інфраструктурою.

**Практичне значення** роботи полягає у можливості використання результатів дослідження для розробки туристичних маршрутів, організації гастрономічних фестивалів, популяризації локальних продуктів та залучення інвестицій у розвиток туризму Івано-Франківської області. Результати роботи можуть бути корисними для органів місцевого самоврядування, туристичних підприємств, громадських організацій та освітніх закладів, що займаються розвитком туризму та популяризацією культурної спадщини.

**Структура роботи.** Дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел.

# РОЗДІЛ 1

## ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ

### 1.1. Поняття, сутність та класифікація гастрономічного туризму

Гастрономічний туризм у сучасному світі розглядається як один із найдинамічніших і найперспективніших видів туризму, що поєднує у собі кулінарні традиції, культурну спадщину, локальні особливості та унікальний досвід споживання їжі й напоїв у нових соціокультурних умовах. У науковій літературі існує кілька визначень цього явища, проте всі вони підкреслюють, що гастрономічний туризм — це подорожі, основною або додатковою метою яких є знайомство з національною кухнею, регіональними продуктами, традиціями їх приготування та споживання, а також участь у гастрономічних заходах і фестивалях.

Гастрономічний туризм значно ширший за поняття «харчування під час подорожі», адже він передбачає отримання туристом комплексного досвіду, що поєднує задоволення фізіологічних потреб, культурно-пізнавальну складову, емоційне залучення та навіть духовний вимір. Їжа у цьому контексті стає не лише продуктом споживання, а й своєрідним «провідником» до пізнання історії, культури, звичаїв і ментальності певного народу. Таким чином, гастрономічний туризм можна розглядати як форму культурного туризму, яка сприяє збереженню нематеріальної спадщини та передачі кулінарних традицій від покоління до покоління [15, с. 44].

Розуміння гастрономічного туризму базується на кількох важливих засадах. По-перше, кулінарія є невід’ємною частиною культурної ідентичності, і саме через гастрономію туристи пізнають «смак країни». По-друге, гастрономічний туризм сприяє формуванню унікального бренду території: деякі регіони світу вже давно асоціюються у туристів із певними стравами чи напоями (наприклад, Італія з піцою та пастою, Франція з вином та сирами, Японія із суші, Угорщина з токайськими винами та гуляшем). По-третє, гастрономічний туризм

має значний економічний потенціал, адже він стимулює розвиток малого й середнього бізнесу, підтримує фермерські господарства, розширює сферу послуг і створює нові робочі місця.

Сучасне поняття гастрономічного туризму охоплює широкий спектр активностей: відвідування ресторанів, дегустаційних залів та виноробень; участь у гастрономічних фестивалях, кулінарних ярмарках, гастрономічних конкурсах; проходження спеціально розроблених кулінарних маршрутів; відвідування місць виробництва традиційних продуктів (сироварень, пекарень, виноградників, фермерських господарств); участь у кулінарних майстер-класах та квестах; відкриття для себе вуличної їжі як елемента сучасної культури. Особливе місце займають гастрономічні події міжнародного масштабу, які стають туристичними магнітами, приваблюючи тисячі відвідувачів з усього світу.

Варто відзначити, що гастрономічний туризм виконує й важливу соціокультурну функцію. Він сприяє міжкультурному діалогу, адже кухня відображає історію, цінності та ментальність нації, а знайомство з нею дозволяє туристам краще зрозуміти місцеве населення. Крім того, гастрономічний туризм підтримує розвиток інклюзивних практик, адже кулінарна культура доступна широкому колу людей і не обмежується лише елітарними групами [15, с. 46].

З точки зору економічного розвитку, гастрономічний туризм виступає дієвим інструментом диверсифікації туристичної пропозиції. Він дозволяє залучати туристів у міжсезоння, розширювати спектр послуг у традиційних туристичних дестинаціях і формувати нові напрями подорожей, зокрема у сільській місцевості, де гастрономічні ресурси можуть бути основним туристичним продуктом. Це сприяє підвищенню конкурентоспроможності регіонів, які не завжди мають значний історико-культурний або природний потенціал, але можуть запропонувати унікальні смакові враження.

Поняття гастрономічного туризму виходить за межі традиційного розуміння подорожей із кулінарною метою. Воно інтегрує економічний, культурний, соціальний та інноваційний виміри, поєднує традиції та сучасність, формує нові моделі споживання туристичних продуктів. Гастрономічний туризм

стає важливим інструментом сталого розвитку, збереження нематеріальної культурної спадщини, підвищення міжнародного іміджу країн і регіонів, а також створення унікального туристичного досвіду, що базується на емоціях, культурній автентичності та смакових враженнях.

У сучасних умовах розвитку світового туризму поняття «гастрономічний туризм» набуває дедалі ширшого змісту та трактується не лише як споживання їжі під час подорожей, а як багатогранне соціокультурне, економічне й емоційне явище, що поєднує в собі вивчення культурних традицій, формування вражень, економічний розвиток територій і створення їхньої туристичної привабливості. Сучасні підходи до визначення цього поняття базуються на міждисциплінарному характері гастрономічного туризму, який охоплює культурологію, економіку, соціологію, маркетинг, психологію та навіть сферу сталого розвитку.

Насамперед гастрономічний туризм розглядається як спосіб пізнання культури, адже кулінарні традиції є невід'ємною складовою національної ідентичності, відображають історичний досвід, природні особливості території, соціальні звички та цінності. У цьому сенсі гастрономічний туризм тісно пов'язаний із концепцією нематеріальної культурної спадщини, яку активно просуває ЮНЕСКО. Страви, рецепти, техніки приготування, локальні продукти стають об'єктами туристичного інтересу, адже вони є своєрідними носіями культурного коду певного народу. Таким чином, гастрономічний туризм можна трактувати як особливу форму культурного туризму, спрямовану на занурення у світ традицій і способу життя місцевих громад [16, с. 25].

З іншого боку, сучасні дослідники підкреслюють економічну складову гастрономічного туризму. У цьому підході гастрономічні практики розглядаються як інструмент підвищення конкурентоспроможності туристичних дестинацій. Гастрономія стає невід'ємною частиною бренду країни чи регіону, а локальні страви та напої перетворюються на потужні маркетингові символи. Наприклад, італійська піца, французькі вина, японські суші або грузинське вино відомі в усьому світі й виступають не лише елементами харчування, а й засобами просування туристичного іміджу держави. Економічний підхід наголошує також



на мультиплікативному ефекті гастрономічного туризму, адже розвиток цього напряму стимулює функціонування малого та середнього бізнесу, фермерських господарств, готельних і ресторанних закладів, транспортної сфери, креативних індустрій.

Важливим у сучасних підходах є й досвідно-емоційний аспект. У межах цього розуміння гастрономічний туризм трактується не лише як споживання їжі, а як унікальна подія, що дарує туристові нові емоції та враження. Сам процес дегустації, знайомства з автентичними стравами, участь у кулінарних майстер-класах, відвідування фермерських господарств чи виноробень, спілкування з місцевими мешканцями створюють неповторний емоційний досвід, який стає головною цінністю подорожі. Туристи шукають автентичності, прагнуть відчутися себе частиною місцевого середовища, і гастрономічний туризм якраз відповідає цим потребам, пропонуючи живий контакт із культурою.

Окремо варто виділити маркетинговий підхід до розуміння терміну «гастрономічний туризм». У глобалізованому світі конкуренція між туристичними дестинаціями постійно зростає, і саме гастрономія стає дієвим інструментом диференціації. Кулінарні символи, гастрономічні фестивалі, національні кухні формують позитивний імідж регіону, підвищують його впізнаваність і привабливість на міжнародному туристичному ринку. Сучасний турист дедалі частіше обирає напрямок подорожі не лише через наявність культурних пам'яток або природних ресурсів, а й завдяки можливості познайомитися з кухнею країни чи регіону. Це підкреслює вагому роль гастрономічного туризму як засобу просування території у світі [16, с. 30].

Сучасні підходи також враховують екологічний і сталий вимір гастрономічного туризму. Сьогодні все більше уваги приділяється концепціям *slow food*, екологічно чистим продуктам, локальному виробництву, підтримці традиційних способів ведення господарства. У цьому контексті гастрономічний туризм сприяє не лише культурному чи економічному розвитку, а й збереженню біорізноманіття, охороні природи, розвитку місцевих громад.

Сучасні наукові та практичні підходи до розуміння терміну «гастрономічний туризм» свідчать про його комплексність і багатовимірність. Це поняття не може бути зведене лише до дегустації страв чи відвідування ресторанів. Воно інтегрує культурні традиції, економічні процеси, соціальні практики, маркетингові стратегії та емоційні переживання туристів. Саме завдяки такій інтегративності гастрономічний туризм сьогодні визнається одним із найбільш динамічних і перспективних напрямів розвитку світової туристичної індустрії, що здатен забезпечити сталий розвиток територій, підвищити якість життя місцевих громад та водночас задовольнити зростаючий попит сучасних туристів на автентичні, яскраві й унікальні враження.

Сутність гастрономічного туризму розкривається через його комплексний і багатогранний характер, оскільки він поєднує у собі культурні, соціальні, економічні, емоційні та екологічні виміри. На відміну від традиційного сприйняття їжі лише як фізіологічної потреби, гастрономічний туризм трактує кулінарію як культурний код, спосіб пізнання світу, інструмент міжкультурної комунікації та важливий чинник сталого розвитку територій. Його сутність полягає у тому, що їжа стає не лише засобом харчування, а й повноцінним туристичним продуктом, який формує новий досвід, емоції та враження, а також сприяє формуванню позитивного іміджу країни чи регіону на міжнародному рівні [35, с. 100].

По-перше, гастрономічний туризм має виразний культурний вимір, адже кулінарні традиції є невід'ємною частиною національної спадщини та відображають історію, цінності й спосіб життя суспільства. Їжа завжди була символом культурної ідентичності: вона уособлює особливості природного середовища, сільськогосподарських традицій, історичних впливів та етнічного складу населення. Сутність гастрономічного туризму у цьому контексті проявляється в тому, що туристи, дегустуючи традиційні страви, фактично долучаються до культурного коду народу, отримують можливість зрозуміти його світогляд, соціальні норми, звичаї й навіть релігійні уявлення. Наприклад,

японська кухня з її акцентом на гармонію та баланс відображає філософію життя японців, а грузинські застілля символізують гостинність і колективізм.

По-друге, гастрономічний туризм має економічну сутність, адже він стає важливим чинником розвитку територій і підвищення їхньої конкурентоспроможності на туристичному ринку. Локальні страви, продукти, виноробство та кулінарні фестивалі перетворюються на повноцінні туристичні продукти, які приваблюють тисячі відвідувачів і приносять суттєві прибутки місцевим громадам. Туристи витрачають кошти не лише на харчування, а й на супутні послуги: проживання, транспорт, культурні заходи, екскурсії, що створює мультиплікативний ефект для економіки. У цьому сенсі гастрономічний туризм виступає інструментом підтримки малого та середнього бізнесу, фермерських господарств, локальних виробників, які завдяки туристичному попиту мають змогу розширювати власну діяльність. Таким чином, його сутність полягає ще й у тому, що він сприяє економічному зростанню та підвищенню добробуту населення.

По-третє, сутність гастрономічного туризму виражається у його емоційно-досвідному характері. Сучасний турист шукає не лише об'єкти для огляду, а й нові враження та автентичний досвід. Дегустація страв у місці їхнього походження, відвідування виноробень, пивоварень, сирних ферм, участь у кулінарних майстер-класах або гастрономічних фестивалях створюють неповторні емоції та відчуття, що залишаються у пам'яті на все життя. Їжа у цьому випадку стає інструментом занурення у культуру, а сам процес смакування перетворюється на подію. Таким чином, сутність гастрономічного туризму проявляється у його здатності формувати незабутній досвід, який неможливо відтворити в іншому місці чи контексті [35, с. 101].

Крім того, сучасне розуміння сутності гастрономічного туризму неможливе без урахування маркетингового підходу. У світі, де конкуренція між туристичними дестинаціями стає дедалі жорсткішою, саме гастрономія перетворюється на потужний інструмент формування бренду території. Національні кухні стають візитівками країн: іспанська паелья, італійська піца,

французькі круасани, український борщ є символами, які формують образ держави у свідомості туристів. Гастрономічний туризм допомагає створити позитивний імідж регіону, підвищити його впізнаваність та привабливість, а також сприяти його просуванню на глобальному туристичному ринку. У цьому сенсі сутність гастрономічного туризму полягає в його ролі інструмента міжнародної комунікації та просування національних брендів.

Не менш важливим елементом сутності гастрономічного туризму є його екологічний і сталий аспект. Сучасні туристи дедалі більше звертають увагу на якість продуктів, їхнє походження, умови виробництва, екологічну безпеку. У цьому контексті гастрономічний туризм сприяє розвитку руху *slow food*, який орієнтує на використання локальних ресурсів, підтримку традиційних методів приготування, збереження біорізноманіття та захист довкілля. Туристи, відвідуючи місцеві ферми чи виноробні, долучаються до практик сталого споживання, а громади отримують нові можливості для гармонійного розвитку.

Сутність гастрономічного туризму полягає у його інтегративності. Це явище поєднує культуру та економіку, традиції та інновації, матеріальні й нематеріальні аспекти життя суспільства. Він є одночасно формою культурного пізнання, способом формування унікальних туристичних вражень, чинником економічного зростання, інструментом маркетингу й брендінгу та засобом забезпечення сталого розвитку. Саме ця багатофункціональність і багатовимірність визначає його сутність як одного з найдинамічніших і найперспективніших напрямів сучасного туризму, здатного забезпечувати комплексний позитивний вплив як на туристів, так і на місцеві громади та державу загалом [35, с. 102].

Класифікація гастрономічного туризму є важливим аспектом його наукового осмислення, адже саме вона дозволяє систематизувати різноманітні прояви цього феномену, виявити його ключові форми та напрями, визначити специфіку розвитку на локальному, національному та міжнародному рівнях. Завдяки класифікації можна краще зрозуміти мотивацію туристів, їхні потреби

та очікування, а також створювати відповідні туристичні продукти, здатні задовольнити різні групи споживачів.

Найчастіше гастрономічний туризм класифікують за масштабами та географічними рамками подорожей. У цьому випадку виділяють локальний гастрономічний туризм, який полягає у відвідуванні ресторанів, ярмарків, фермерських господарств або локальних гастрономічних подій у межах певного населеного пункту чи регіону. Його відмінністю є тісний зв'язок з місцевими традиціями та можливість зануритися у кулінарну ідентичність конкретної території. Наступний рівень – національний гастрономічний туризм, що охоплює подорожі в межах однієї країни з метою дослідження регіональних кухонь, різноманіття продуктів і страв, характерних для певних областей. Нарешті, міжнародний гастрономічний туризм передбачає подорожі за кордон, де кухня країни виступає головним мотивом для відвідування. Він має глобальний вимір і часто стає важливим елементом брендингу держави на світовому ринку туризму.

Інший підхід до класифікації базується на мотивації туристів, яка може суттєво відрізнитися залежно від інтересів і цілей подорожі. Так, можна виокремити туристів-споживачів, для яких головною метою є дегустація традиційних страв і напоїв, відвідування ресторанів та гастрономічних фестивалів. Окрему категорію становлять туристи-дослідники, які прагнуть зрозуміти культурний, історичний та соціальний контекст гастрономії, вивчити традиційні рецепти, техніки приготування, особливості використання місцевих продуктів. Третя група – туристи-практики, котрі хочуть самостійно брати участь у процесі приготування їжі, відвідують кулінарні майстер-класи, беруть участь у зборі врожаю чи виготовленні вина. Усі ці типи поведінки формують різні підходи до створення туристичних продуктів та впливають на їхню структуру.

Важливим критерієм є і зміст гастрономічного досвіду, адже він може мати різні форми. У цьому контексті можна виокремити винний туризм, який охоплює відвідування виноградників, виноробних господарств, дегустацій та винних

фестивалів. Поряд із цим активно розвивається пивний туризм, популярний у країнах Центральної та Східної Європи, сирний туризм, шоколадний та кавовий туризм, які ґрунтуються на дослідженні одного конкретного продукту та його різноманітних варіацій. Сюди ж належить гастрономічний туризм, орієнтований на окремі національні кухні чи культові страви, що відображають культурну ідентичність певного народу.

Не менш значущою є класифікація за формою організації туристичного досвіду. Індивідуальний гастрономічний туризм передбачає самостійне планування подорожі та вибір закладів харчування, що дозволяє гнучко формувати маршрут і шукати автентичні враження. Груповий гастрономічний туризм, навпаки, організовується туроператорами чи туристичними агенціями і передбачає відвідування кількох локацій у рамках одного туру – ресторанів, виноробень, гастрономічних музеїв, фестивалів. Ця форма часто має більш комерційний характер, проте забезпечує вищий рівень організації та зручності для туристів [44, с. 247].

Ще одним критерієм є рівень активності туриста у гастрономічному процесі. Пасивний гастрономічний туризм зводиться до споживання – відвідування ресторанів, дегустацій, ярмарків. Активний гастрономічний туризм передбачає безпосередню участь у приготуванні страв, кулінарних конкурсах, фермерських практиках, збиранні врожаю, виготовленні сиру чи вина. Така форма дозволяє туристу не лише пізнавати гастрономію, а й ставати її безпосереднім учасником, що створює глибші враження та емоційний зв'язок з місцевою культурою.

Особливе місце займає подієвий гастрономічний туризм, який полягає у відвідуванні фестивалів, ярмарків, кулінарних шоу, свят урожаю чи конкурсів кухарів. Цей напрям поєднує гастрономічний компонент з культурними, мистецькими та розважальними подіями, що робить його надзвичайно привабливим для широкої аудиторії. Подієвий гастротуризм сприяє популяризації локальних продуктів, формуванню туристичної привабливості

регіону та підвищенню його конкурентоспроможності на внутрішньому й міжнародному ринках.

Отже, гастрономічний туризм можна класифікувати за різними критеріями: територіальними межами подорожей, мотивацією туристів, змістом гастрономічного досвіду, формою організації та рівнем включеності туриста у гастрономічні практики. Такий багаторівневий підхід демонструє багатогранність цього явища, його гнучкість та здатність задовольнити як прості гастрономічні інтереси, так і глибокі пізнавальні потреби. Класифікація дозволяє більш чітко окреслити напрями розвитку гастрономічного туризму, сформувані ефективні стратегії його просування та адаптувати світовий досвід до умов конкретної країни чи регіону.

## **1.2. Роль гастрономії у формуванні туристичної привабливості регіону**

Гастрономія на сучасному етапі розвитку туризму виступає одним із ключових чинників, що формують туристичну привабливість регіонів, адже саме кулінарні традиції здатні не лише задовольняти базові потреби людини, а й виконувати роль культурного маркера, економічного ресурсу та інструмента брендингу територій. Їжа у багатьох культурах є не просто набором продуктів чи рецептурою, а важливим елементом ідентичності, способом передачі традицій від покоління до покоління, відображенням історичних процесів та соціально-економічного розвитку. У цьому контексті гастрономія набуває статусу одного з найяскравіших проявів нематеріальної культурної спадщини, що інтегрується у сферу туризму та значною мірою визначає конкурентоспроможність регіонів на національному й міжнародному ринку.

Туристи дедалі частіше обирають напрямки подорожей не лише через наявність природних чи архітектурних пам'яток, а й заради можливості скуштувати автентичні страви та напої, які неможливо знайти в інших країнах чи навіть у межах однієї держави. Гастрономія дає унікальний шанс доторкнутися до культурної спадщини через органи чуття — смак, запах, вигляд

і навіть текстуру страв, що створює багатовимірний досвід та формує сильний емоційний зв'язок туриста з відвіданою територією. Саме гастрономічний досвід часто стає тією деталлю, яка залишає найглибші спогади й мотивує людину повернутися до регіону знову [44, с. 248].

З економічної точки зору гастрономія є важливим фактором розвитку місцевих громад. Вона стимулює зростання малого й середнього бізнесу, зокрема ресторанів, кав'ярень, гастробарів, виноробних і сирних господарств, ремісничих виробництв. Наявність унікальних локальних продуктів чи кулінарних практик дозволяє формувати туристичні продукти, які мають високу додану вартість та здатні конкурувати на глобальному ринку. Наприклад, регіони, де розвинутий винний туризм (як Бордо у Франції чи Тоскана в Італії), отримують суттєві прибутки від іноземних туристів, які приїжджають саме за гастрономічними враженнями. В Україні аналогічні перспективи відкриваються для Закарпаття з його виноробними традиціями, Карпат з гуцульськими сирами та традиційною кухнею, Поділля з виробництвом наливок і медових напоїв.

Крім економічного значення, гастрономія є потужним інструментом брендингу територій. Вона формує унікальний образ регіону, який може бути представлений на міжнародному рівні. Франція асоціюється з винами та круасанами, Італія — з пастою та піцою, Японія — з суші та sake, Іспанія — з паельєю та хамоном, а Грузія — з хінкалі та хачапурі. У такий спосіб гастрономія стає складовою національного бренду, здатною привернути увагу мільйонів туристів. Українська кухня також має величезний потенціал у цьому контексті: борщ, вареники, банош, деруни, узвари та домашні настоянки можуть і повинні стати візитівками України на світовій гастрономічній карті.

Особливу роль гастрономія відіграє у розвитку подієвого туризму. Кулінарні фестивалі, ярмарки, свята врожаю, конкурси кухарів чи спеціалізовані заходи на кшталт «Днів вина та сиру» або «Свята меду» перетворюють гастрономію на самостійну туристичну атракцію, яка здатна привабити велику кількість відвідувачів. Подібні події створюють атмосферу свята, сприяють міжкультурній комунікації та формують позитивний імідж регіону. До того ж



вони є ефективним механізмом збереження нематеріальної культурної спадщини, адже популяризують традиційні рецепти, технології приготування та народні звичаї, пов'язані з гастрономією.

Гастрономія також є важливим інструментом розвитку сталого туризму. Використання локальних продуктів сприяє підтримці фермерів та виробників, зменшує екологічне навантаження на довкілля завдяки скороченню транспортних перевезень, стимулює розвиток «зеленої економіки». Більш того, гастрономічний туризм нерідко поєднується з агротуризмом, що дозволяє туристам безпосередньо знайомитися з процесом виробництва продуктів, брати участь у зборі врожаю чи приготуванні страв. Це не лише розширює туристичний досвід, а й створює додану вартість для регіону.

У сучасних умовах гастрономія стає складовою комплексного туристичного продукту. Вона інтегрується у маршрути культурного, історичного, екологічного, пригодницького та сільського туризму, збагачуючи їх зміст і створюючи додаткову мотивацію для відвідувачів. Наприклад, екскурсії до замків чи історичних міст супроводжуються дегустаціями традиційних страв і напоїв, що дозволяє туристам повніше зануритися в атмосферу минулого. Подорожі до Карпат включають не лише відпочинок на природі, а й знайомство з гуцульською кухнею, яка є невід'ємною частиною культурного коду регіону.

Таблиця 1.1. Вплив гастрономії на туристичну привабливість регіону [44, с. 249-250].

Напрямок впливу	Опис	Приклади впливу	Українські приклади
Культурний	Гастрономія передає культурну ідентичність регіону, зберігає традиції, рецепти та кулінарні практики.	Дегустація традиційних страв (борщ, вареники, хінкалі), знайомство з історією	Дегустація борщу, вареників, баношу в Карпатах; хінкалі та лаваші у Західній Україні; відвідування

		приготування їжі, відвідування кулінарних музеїв.	музею української кухні в Києві.
Економічний	Стимулює розвиток малого та середнього бізнесу, підтримує локальних виробників, збільшує доходи місцевих громад.	Ресторани, фермерські господарства, виноробні та сирні підприємства, продаж локальних продуктів туристам.	Фермерські господарства на Прикарпатті (сири, мед, наливки), виноробні Закарпаття, ресторани з локальною кухнею у Львові та Одесі.
Брендинговий / іміджевий	Формує унікальний образ регіону на національному та міжнародному рівні, підвищує впізнаваність території.	Відомі гастрономічні бренди регіонів (Бордо — вино, Тоскана — паста, Карпати — гуцульські сири).	«Карпати — гуцульська кухня», «Закарпаття — вина та сир», «Полтавщина — галушки», які стають туристичними маркерами.
Подієвий	Привертає туристів через фестивалі, ярмарки, кулінарні свята та конкурси, сприяє збереженню	Фестивалі вина і сиру, свята врожаю, гастрономічні ярмарки, дні	Фестиваль вареників у Львові, Свято меду на Закарпатті, Фестиваль сала у

	нематеріальної спадщини.	національної кухні.	Полтаві, «Дні борщу» в Києві, гастрономічні ярмарки у Кам'янці-Подільському.
Стійкий / екологічний	Підтримує локальних виробників, популяризує органічні та місцеві продукти, сприяє розвитку «зеленого» туризму.	Агротуризм, slow food, дегустації органічних продуктів, участь туристів у зборі врожаю та виробництві локальних страв.	Агротури на ферми в Карпатах, дегустації органічного меду та сиру, навчальні майстер-класи з приготування традиційних страв із місцевих продуктів.
Емоційно-досвідний	Створює унікальні враження, формує емоційний зв'язок туриста з регіоном.	Кулінарні майстер-класи, дегустації, інтерактивні гастрономічні тури, поєднання подорожі з культурними подіями.	Кулінарні майстер-класи у Львові та Івано-Франківську, участь у приготуванні гуцульських страв, інтерактивні гастротури з історією регіональної кухні.

Таким чином, гастрономія виконує багатогранну роль у формуванні туристичної привабливості регіону. Вона є носієм культурної ідентичності,

важливим чинником економічного розвитку, елементом брендингу територій, рушієм подієвого та сталого туризму, а також потужним засобом створення унікального емоційного досвіду для туристів. Завдяки гастрономії регіони отримують можливість не лише приваблювати відвідувачів, але й формувати стійкі конкурентні переваги на глобальному туристичному ринку, забезпечуючи власний розвиток і водночас зберігаючи культурну спадщину.

### **1.3. Основні тенденції розвитку гастрономічного туризму у світі**

Гастрономічний туризм у сучасному світі стає одним із провідних напрямів туристичної індустрії, оскільки він поєднує в собі культурний, економічний, соціальний та освітній аспекти подорожей. На глобальному рівні цей сегмент туризму демонструє активне зростання, що пояснюється кількома взаємопов'язаними чинниками: зміною туристичних уподобань і поведінки споживачів, збільшенням попиту на автентичні культурні враження, глобалізацією і поширенням інформаційних технологій, підвищенням уваги до екологічності та сталого розвитку, а також інтеграцією гастрономії з іншими видами туризму.

Однією з найважливіших тенденцій є зростання попиту на автентичні гастрономічні враження. Сучасні туристи прагнуть не просто скуштувати страви, а пізнати культурний контекст, традиції та історію регіону через його кухню. Вони віддають перевагу локальним ресторанам, фермерським господарствам, виноробням, пивоварням, кулінарним майстер-класам та інтерактивним гастрономічним подіям. Туристи зацікавлені у використанні сезонних і місцевих продуктів, у знайомстві з методами приготування, що передаються з покоління в покоління. Такий підхід дозволяє створювати більш емоційно насичений досвід і формує глибокий зв'язок із відвіданою територією, що сприяє повторним подорожам і формуванню лояльності до регіону [28, с. 66].

Ще однією важливою тенденцією є зростання подієвого гастрономічного туризму, який охоплює участь туристів у фестивалях, ярмарках, кулінарних

конкурсах, святах урожаю, дегустаційних заходах та гастрономічних турах на відкритому повітрі. Такі заходи стають не тільки платформою для популяризації локальних продуктів, але й потужним інструментом соціальної взаємодії, комунікації між туристами та місцевими жителями, а також сприяють збереженню нематеріальної культурної спадщини. Подієвий туризм стимулює розвиток локальної економіки, створює робочі місця, формує позитивний імідж території на національному та міжнародному рівнях і водночас підвищує привабливість регіону для різних категорій туристів, від сімейних подорожей до групових і корпоративних турів.

Важливим аспектом є цифровізація гастрономічного туризму, яка змінює способи планування та споживання туристичних продуктів. Мобільні застосунки, онлайн-платформи для бронювання турів і столиків у ресторанах, інтерактивні карти, віртуальні тури та онлайн-курси з кулінарії дозволяють туристам планувати подорожі більш ефективно та зручно. Цифрові технології також створюють можливості для маркетингу локальної кухні, поширення інформації про гастрономічні маршрути та залучення міжнародної аудиторії. Соціальні мережі та платформи для обміну досвідом сприяють формуванню гастрономічних спільнот, що підвищує інтерес до гастротуризму та стимулює інновації в його розвитку [28, с. 68].

Ще однією ключовою тенденцією є інтеграція гастрономії з іншими видами туризму. Гастрономічні елементи все частіше поєднують із культурним, історичним, екологічним, пригодницьким, wellness-туризмом та агротуризмом. Наприклад, туристичні маршрути можуть включати відвідування історичних пам'яток, музеїв, природних заповідників у поєднанні з дегустаціями локальних страв та напоїв. Такий комплексний підхід підвищує цінність туристичного продукту, задовольняє різноманітні інтереси сучасних споживачів, формує нові враження та стимулює повторні поїздки.

Важливою світовою тенденцією є підвищена увага до сталого розвитку та екологічності гастрономічного туризму. Туристи віддають перевагу локальним, органічним, сезонним продуктам, підтримують малий бізнес та практики «slow

food». Це дозволяє зменшити негативний вплив на довкілля, сприяє збереженню традиційних методів виробництва, розвитку місцевих громад і формуванню відповідального підходу до споживання ресурсів. Поєднання гастрономії та екологічної свідомості стимулює розвиток зеленого туризму, агротуризму та туристичних маршрутів на природі.

Ще однією тенденцією є індивідуалізація та персоналізація гастрономічного досвіду. Туристи шукають унікальні та нестандартні враження: приватні майстер-класи, кулінарні тури по маловідомих регіонах, відвідування сімейних господарств і локальних виробництв. Персоналізація дозволяє створювати емоційно насичені подорожі, які виходять за межі стандартних туристичних маршрутів, задовольняють особисті вподобання та стимулюють формування глибоких вражень і довгострокових зв'язків з регіоном.

Не менш важливим є освітній і просвітницький аспект гастрономічного туризму. Сучасні туристи цікавляться історією продуктів, способами приготування, традиційними кулінарними технологіями, культурними особливостями споживання їжі. Навчальні елементи гастротуризму — від кулінарних лекцій та майстер-класів до інтерактивних дегустацій — дозволяють глибше пізнати культурний контекст регіону, формують інтелектуальне та емоційне занурення і підвищують цінність туристичного досвіду [10].

Гастрономічний туризм має багатогранний вплив на економіку, культуру та соціальне середовище регіонів, що робить його стратегічно важливим напрямом розвитку туристичної індустрії у світі та в Україні. Він не лише задовольняє базові потреби туристів у харчуванні, але й створює комплексний досвід, який сприяє збереженню культурної ідентичності, розвитку локального бізнесу та формуванню соціальної згуртованості.

З економічної точки зору гастрономічний туризм є потужним інструментом підвищення доходів регіонів і стимулювання місцевого бізнесу. Туристи витрачають кошти на ресторани, кафе, гастрономічні фестивалі, дегустації, кулінарні майстер-класи, екскурсії на фермерські та виноробні господарства, придбання локальних продуктів. Це створює додаткові робочі

місця, підвищує зайнятість у сфері послуг і стимулює розвиток суміжних секторів — транспорту, логістики, ремесел, культурних заходів. Наприклад, у Франції гастрономічні тури по виноробних регіонах Бордо чи Шампань приносять значні доходи місцевим підприємствам, а в Італії гастротуризм у Тоскані та Емілії-Романії забезпечує стабільний дохід для фермерських господарств, ресторанів і майстерень із виробництва традиційних продуктів. В Україні розвиток гастрономічного туризму у Карпатах, Закарпатті та Поділлі стимулює економіку сільських територій, залучаючи туристів на дегустації місцевих сирів, вин, наливок та меду.

З культурної точки зору гастрономічний туризм сприяє збереженню та популяризації національної та регіональної ідентичності. Кулінарні традиції, рецепти та способи приготування страв передаються з покоління в покоління і стають частиною нематеріальної культурної спадщини. Туристи, відвідуючи локальні ресторани, фестивалі та майстер-класи, не лише скуштувують традиційні страви, а й знайомляться з історією регіону, його звичаями, святами та культурними практиками. У Японії гастрономічний туризм допомагає зберігати чайні церемонії та традиційні способи приготування суші, в Мексиці — автентичні методи приготування такос і соусів, а в Україні — гуцульську та закарпатську кухню, банош, вареники та наливки. Таким чином, гастрономія стає важливим культурним маркером, що підвищує впізнаваність регіону та формує його позитивний імідж [10].

З соціальної точки зору гастрономічний туризм формує соціальну згуртованість, розвиток громад і міжкультурну комунікацію. Взаємодія туристів з місцевими жителями через спільне приготування їжі, участь у кулінарних майстер-класах, дегустаціях або фестивалях сприяє зміцненню соціальних зв'язків, передаванню знань та традицій, підвищенню соціальної активності місцевих громад. В Україні організація гастрономічних заходів у невеликих містах і селах Карпат, Поділля чи Закарпаття дозволяє залучати місцевих жителів до туристичних процесів, стимулює розвиток місцевої культури і підтримує традиційні ремесла. Подібні практики активно застосовуються і в Європі: у

Франції, Італії та Іспанії локальні громади беруть участь у фестивалях вина та їжі, що формує відчуття гордості та соціальної значущості.

Гастрономічний туризм також стимулює екологічну та сталу свідомість у туристів і місцевих жителів. Використання локальних, сезонних та органічних продуктів підтримує малий бізнес, зменшує потребу у транспортуванні продуктів і сприяє скороченню вуглецевого сліду. Туристи, відвідуючи фермерські господарства та дегустаційні центри, отримують знання про стійкі методи виробництва, що підвищує рівень освіченості та відповідальності щодо навколишнього середовища.

Гастрономічний туризм має комплексний і багаторівневий вплив на економіку, культуру та соціальне середовище регіонів. Він забезпечує економічний розвиток та зайнятість, сприяє збереженню культурної спадщини і формуванню унікального іміджу територій, зміцнює соціальні зв'язки та громади, розвиває міжкультурну взаємодію і сприяє екологічній свідомості. Саме завдяки цьому гастрономія стає не лише способом задоволення потреб туристів, але й потужним стратегічним ресурсом для сталого розвитку регіонів, формування конкурентних переваг і підвищення туристичної привабливості на національному та міжнародному рівні [23, с. 77].

Таким чином, сучасний гастрономічний туризм у світі характеризується кількома взаємопов'язаними тенденціями: зростанням попиту на автентичні та локальні гастрономічні враження, розвитком подієвого туризму, цифровізацією туристичного досвіду, інтеграцією гастрономії з іншими видами туризму, підвищенням уваги до сталого розвитку, персоналізацією туристичних продуктів та освітньо-просвітницькою складовою. Ці тенденції формують нові стандарти туристичного продукту, дозволяють регіонам і країнам підвищувати свою конкурентоспроможність, зміцнюють туристичну привабливість і сприяють розвитку культурного, економічного та соціального потенціалу територій.



## РОЗДІЛ 2

### ДОСВІД ОРГАНІЗАЦІЇ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В УГОРЩИНІ

#### 2.1. Особливості розвитку гастрономічного туризму в Угорщині

Гастрономічний туризм в Угорщині є однією з найдинамічніших та стратегічно важливих складових туристичної індустрії країни. Його розвиток обумовлений унікальною історичною та культурною спадщиною, різноманітністю локальних продуктів, багатством гастрономічних традицій, а також сприятливими природними умовами для виробництва вина, фруктів, овочів і м'ясних продуктів. Угорська кухня, відома поєднанням солодких і пряних смаків, традиційних супів, м'ясних страв, десертів і вин, формує автентичний гастрономічний продукт, який приваблює туристів з різних країн і стимулює розвиток регіональної економіки.

Однією з ключових особливостей гастрономічного туризму в Угорщині є акцент на локальні та традиційні продукти. Туристи можуть скуштувати знамениті угорські страви, такі як гуляш, паприкаш, лангош, хортобадіські ковбаси, торти Добош і Риго Жанка, які стали не лише кулінарними символами країни, а й культурними маркерами. Крім того, Угорщина славиться своїми виноробними регіонами, серед яких Егер, Токай та Віллань, де виробляють високоякісні червоні, білі та десертні вина. Дегустації вин у поєднанні з традиційними стравами створюють унікальний гастрономічний досвід, а відвідування виноробних підвалів та майстер-класів із виноробства дозволяє туристам відчувати культурну спадщину країни та її історію. Це не лише підвищує привабливість туристичних маршрутів, але й сприяє економічному розвитку локальних громад, оскільки туристичний потік забезпечує попит на послуги ресторанів, фермерських господарств і сувенірних крамниць [25].

Ще однією визначальною особливістю є розвинена подієва складова гастрономічного туризму. В Угорщині регулярно проводяться численні фестивалі, ярмарки та свята кулінарії, які приваблюють туристів з усього світу.

Наприклад, Міжнародний фестиваль вина в Егері, Фестиваль паприки в Кечкеметі, Фестиваль лангошу у Будапешті та Фестиваль рибних страв на озері Балатон. Такі заходи поєднують дегустації, музичні і танцювальні виступи, кулінарні майстер-класи та освітні програми, що сприяє залученню туристів різного віку та інтересів. Подієвий гастрономічний туризм формує позитивний імідж країни, стимулює розвиток малого та середнього бізнесу і створює додаткові робочі місця для місцевих жителів.

Важливою тенденцією є інтеграція гастрономії з культурними та природними маршрутами, що дозволяє створювати комплексний туристичний продукт. Туристи можуть одночасно відвідувати історичні замки, музеї, термальні курорти, національні парки та дегустувати місцеві страви й вина. Наприклад, маршрут «Токай — Борегія» поєднує відвідування виноградників із екскурсіями по старовинних містах, а поїздки до Егера включають знайомство з архітектурою бароко та дегустацію вин у відомих підвалах. Такий комплексний підхід підвищує цінність туристичного досвіду, задовольняє різноманітні інтереси сучасних туристів і формує емоційно насичені спогади, що сприяє повторним поїздкам [25].

Угорщина активно впроваджує цифрові технології та інноваційні підходи у гастрономічний туризм. Туристи можуть планувати свої поїздки за допомогою онлайн-платформ, бронювати дегустаційні тури, майстер-класи з приготування традиційних страв, столики в ресторанах та екскурсії виноробними регіонами. Мобільні застосунки та віртуальні тури дозволяють отримати детальну інформацію про локальні гастрономічні маршрути, історію приготування страв, традиції споживання їжі та події, що відбуваються в регіонах. Це значно підвищує доступність гастрономічного туризму для іноземних туристів і сприяє його популяризації на міжнародному рівні.

Особливу увагу в Угорщині приділяють сталому та екологічному гастрономічному туризму. Багато фермерських і виноробних господарств використовують органічні методи вирощування продуктів, підтримують локальних виробників, дотримуються принципів «slow food» та пропагують

відповідальне споживання. Туристи отримують можливість не лише скуштувати автентичні страви, а й дізнатися про способи екологічного виробництва, що підвищує рівень екологічної свідомості і сприяє сталому розвитку регіонів.

Також слід відзначити інтернаціональну популярність угорської гастрономії, що робить країну привабливою для туристів із різних континентів. Кулінарні маршрути в Угорщині відвідують туристи з Європи, США, Азії та Близького Сходу. Популярність угорських вин, солодощів і традиційних страв сприяє формуванню позитивного іміджу країни та її гастрономічного бренду на міжнародному рівні [37, с. 202].

Гастрономічний туризм в Угорщині є стратегічно важливим сегментом туристичної індустрії та економіки країни, оскільки поєднує культурну спадщину, локальні продукти, історичні традиції та сучасні туристичні практики. Формування гастрономічної туристичної екосистеми в Угорщині відбувається завдяки тісній взаємодії трьох ключових учасників: держави, місцевих громад та бізнесу, кожен з яких відіграє унікальну і незамінну роль у створенні комплексного та конкурентоспроможного туристичного продукту.

Роль держави у формуванні гастрономічної туристичної екосистеми є фундаментальною. Угорський уряд активно створює нормативно-правову базу, яка регулює стандарти якості харчових продуктів, захищає географічні маркери та сертифікує локальні продукти, що гарантує туристам автентичність страв та напоїв. Держава також підтримує гастрономічний туризм через фінансові механізми: надання грантів фермерським і виноробним господарствам, субсидії малому та середньому бізнесу у сфері гастрономії, інвестиції у розвиток туристичної інфраструктури, включаючи ресторани, дегустаційні центри, кулінарні студії та музеї їжі. Крім того, держава активно займається промоцією гастрономії на міжнародному рівні, формуючи бренд «Hungarian Cuisine», організовуючи міжнародні маркетингові кампанії та підтримуючи участь угорських делегацій у міжнародних кулінарних виставках і фестивалях. Такий системний підхід держави створює сприятливе середовище для розвитку

гастрономічного туризму, стимулює економічну активність та підвищує міжнародну впізнаваність країни як гастрономічної дестинації.

Місцеві громади відіграють не менш важливу роль у формуванні гастрономічної туристичної екосистеми. Вони є безпосередніми носіями культурних традицій, локальної кухні та гастрономічної автентичності, яка приваблює туристів. Громади організують і підтримують проведення гастрономічних фестивалів, ярмарків, свят врожаю, дегустаційних заходів та кулінарних майстер-класів, що не лише популяризує місцеві продукти, а й сприяє соціальній згуртованості. Наприклад, у Егері громада організує Міжнародний фестиваль вина, у Кечкеметі проводиться Фестиваль паприки, а на озері Балатон — численні фестивали рибних страв. Місцеві жителі активно беруть участь у створенні гастрономічних маршрутів, екскурсій на фермерські господарства та виноробні підвали, що дозволяє туристам отримати комплексний культурний і гастрономічний досвід. Така активна участь громад формує відчуття локальної ідентичності, гордості за власні традиції, підвищує соціальну залученість та сприяє розвитку туризму на рівні міст і сіл [37, с. 202].

Бізнес, у свою чергу, є ключовим рушієм створення якісного та конкурентоспроможного туристичного продукту. Сфера ресторанного та гастрономічного бізнесу включає ресторани, кафе, виноробні господарства, фермерські господарства, туристичні агентства, організаторів кулінарних турів та подієвий туризм. Бізнес відповідає за впровадження інновацій, цифрових технологій та сучасних маркетингових рішень, що забезпечує зручність туристів і підвищує привабливість країни як гастрономічної дестинації. Наприклад, виноробні господарства Токайського та Егерського регіонів пропонують інтерактивні дегустації, навчальні тури, онлайн-бронювання відвідувань та віртуальні тури, а ресторани у Будапешті та провінційних містах організують кулінарні майстер-класи, фестивалі та тематичні вечори з дегустаціями. Бізнес також активно співпрацює з державою та місцевими громадами для реалізації спільних проєктів, таких як гастрономічні маршрути, кулінарні фестивалі та

міжнародні промо-кампанії, що сприяє комплексному розвитку туристичної екосистеми.

Особливістю угорської гастрономічної туристичної екосистеми є синергія між державою, громадами та бізнесом, яка забезпечує комплексний розвиток туристичного продукту та підвищує його конкурентоспроможність. Держава створює нормативну та фінансову базу, громади зберігають культурні традиції та організовують подієвий туризм, а бізнес формує якісний, інноваційний та привабливий туристичний продукт. Ця взаємодія дозволяє Угорщині підтримувати високий рівень туристичної привабливості, залучати міжнародних туристів, стимулювати економічний розвиток регіонів, зміцнювати соціальні зв'язки та популяризувати національну гастрономічну культуру.

Важливим аспектом є також підтримка сталого розвитку та екологічної відповідальності. Угорські виноробні та фермерські господарства використовують органічні та традиційні методи виробництва, підтримують місцевих виробників і ремісників, впроваджують принципи «slow food». Туристи отримують можливість не лише скуштувати автентичні страви, а й дізнатися про екологічні методи виробництва, що підвищує рівень свідомості та сприяє сталому розвитку регіонів [9].

Успіх гастрономічного туризму в Угорщині обумовлений комплексною взаємодією держави, місцевих громад та бізнесу, що забезпечує гармонійний розвиток гастрономічної туристичної екосистеми, підвищує конкурентоспроможність регіонів, сприяє економічному розвитку, збереженню культурної спадщини та соціальній згуртованості. Цей досвід може бути корисним для адаптації та розвитку гастрономічного туризму в Україні, зокрема в Івано-Франківській області, де також є значний потенціал для створення автентичних гастрономічних продуктів та культурно-туристичних маршрутів.

Отже, гастрономічний туризм в Угорщині характеризується такими особливостями: акцентом на автентичні локальні продукти та традиційні страви, розвитком подієвого туризму та фестивалів, інтеграцією гастрономії з культурними і природними маршрутами, використанням цифрових технологій

та інноваційних рішень, підтримкою сталого та екологічного туризму, а також високою міжнародною популярністю. Ці фактори дозволяють Угорщині бути лідером у європейському гастрономічному туризмі та створюють цінний досвід, який може бути адаптований для розвитку гастрономії в інших країнах, включаючи Україну та Івано-Франківську область.

## **2.2. Основні типи гастрономічних продуктів та туристичних маршрутів (винні тури, фестивалі, кулінарні майстер-класи) в Угорщині**

Гастрономічний туризм в Угорщині є однією з найрозвиненіших і стратегічно важливих складових туристичної індустрії країни, оскільки він поєднує культурну спадщину, локальні продукти, історичні традиції, природні ресурси та сучасні туристичні практики. В основі гастрономічного туризму лежить автентична угорська кухня, яка сформувалася під впливом багатовікових історичних процесів, географічних та кліматичних особливостей регіонів, а також культурних традицій Австро-Угорської та Османської імперій. Це створює унікальний гастрономічний продукт, що приваблює туристів як з Європи, так і з інших континентів.

Основними типами гастрономічних продуктів в Угорщині є кілька категорій. Перша категорія – це традиційні страви угорської кухні, які стали не лише символом національної культури, а й важливим елементом туристичного продукту. До них належать знаменитий угорський гуляш, паприкаш, лангош, торти Добош і Рігó Жанка, хортобадські ковбаси та різноманітні регіональні рибні страви з озера Балатон. Ці страви не лише відображають історичні кулінарні впливи, а й формують емоційний і культурний досвід туристів, оскільки знайомство з ними супроводжується історіями про походження рецептів, локальні традиції споживання та процес приготування [9].

Друга категорія – це локальні вина та інші напої, що становлять окрему гастрономічну нішу в угорському туризмі. Угорщина відома своїми виноробними регіонами, серед яких Токай – всесвітньо відомий завдяки

десертним винам Tokaji Aszú, які відзначаються унікальним смаком і текстурою; Егер – червоні вина високої якості з насиченим ароматом і структурованим букетом; Віллань, Сомлонг та Бадачонь – регіони, що спеціалізуються на виробництві білих і рожевих вин. Винні тури, які включають дегустації вин, відвідування виноградників та виноробних підвалів, є окремим туристичним продуктом і формують унікальний гастрономічний досвід, поєднуючи сенсорне задоволення від смаку з культурною та історичною складовою.

Третя категорія – локальні фермерські та ремісничі продукти, які широко інтегруються в гастрономічний туризм. Це органічні сири, медові вироби, пряні приправи, домашні ковбаси, випічка, кондитерські вироби та інші традиційні продукти, вироблені на місцевих фермах. Туристи отримують можливість не лише скуштувати ці продукти, а й дізнатися про процес їх виробництва, історію, методи зберігання та приготування, що створює інтерактивний та освітній компонент гастрономічних подорожей.

Що стосується туристичних маршрутів, гастрономічні подорожі в Угорщині можна поділити на кілька основних типів. Перший тип – винні маршрути, які включають відвідування виноградників, дегустаційних залів, старовинних виноробних підвалів та навчальних турів із виноробства. Наприклад, маршрут «Токай – Борегія» пропонує відвідування виноградників, знайомство з токайськими винними підвалами, дегустацію десертних вин, а також участь у тематичних майстер-класах з поєднання вин та страв. У Егерському регіоні винні тури поєднують дегустації з відвідуванням історичних замків, музеїв вина та культурних об'єктів, що формує комплексний культурно-гастрономічний досвід [10].

Другий тип – кулінарні маршрути, орієнтовані на традиційні страви та локальні делікатеси. Такі маршрути передбачають відвідування ресторанів, кулінарних студій, фермерських господарств, де туристи беруть участь у майстер-класах, готують автентичні страви і дегустують локальні продукти. Прикладами таких маршрутів є гастрономічні прогулянки Будапештом, де відвідувачі можуть спробувати лангош, паприкаш та десерти Добош, або тури в

провінційних містах, що включають кулінарні майстер-класи та демонстрації традиційних методів приготування страв.

Третій тип – подієві гастрономічні маршрути, сформовані навколо гастрономічних фестивалів, ярмарків та свят. Вони включають дегустації, конкурсні заходи, освітні програми та культурні виступи. До таких заходів належать Міжнародний фестиваль вина в Егері, Фестиваль паприки в Кечкеметі та Фестиваль рибних страв на озері Балатон. Подієві маршрути дозволяють туристам відчувати атмосферу свята, познайомитися з місцевими виробниками та культурою регіону і сприяють розвитку соціальної та економічної активності місцевих громад.

Четвертий тип – комплексні інтегровані маршрути, що поєднують гастрономію з культурними, історичними та природними локаціями. Туристи можуть одночасно відвідувати національні парки, термальні курорти, замки, музеї та монастирі, дегустуючи локальні страви і вина. Такі маршрути дозволяють створити комплексний туристичний продукт, що задовольняє різні інтереси туристів, поєднує рекреаційний, освітній та гастрономічний компоненти та формує незабутні враження [10].

Особливу увагу в Угорщині приділяють використанню цифрових технологій у гастрономічному туризмі, що дозволяє туристам планувати маршрути за допомогою онлайн-платформ, мобільних додатків, віртуальних турів і цифрових гідів. Ці інновації забезпечують доступність інформації про дегустації, ресторани, події та культурні об'єкти, підвищують зручність туристичного досвіду та сприяють залученню міжнародних туристів.

Гастрономічний туризм в Угорщині є однією з найдинамічніших і стратегічно важливих складових туристичної індустрії країни, оскільки він поєднує багатовікову культурну спадщину, локальні кулінарні традиції, унікальні природні ресурси, історичні об'єкти та сучасні інноваційні підходи у сфері туризму. Серед основних напрямів гастрономічного туризму особливе місце займають винні тури, гастрономічні фестивалі та кулінарні майстер-класи. Ці складові не лише формують комплексний туристичний продукт, а й сприяють



розвитку економіки регіонів, збереженню культурної спадщини, підвищенню соціальної згуртованості громад і популяризації угорської гастрономії на міжнародному рівні.

Винні тури в Угорщині є ключовим сегментом гастрономічного туризму та приваблюють туристів, які прагнуть ознайомитися з виноробними традиціями, історією регіонів та автентичними методами виробництва вин. У країні налічується понад дванадцять виноробних регіонів, серед яких найбільш відомими є Токай, Егер, Віллань, Бадачонь та Сомлонг. Кожен регіон має унікальні кліматичні та ґрунтові умови, що впливають на смакові характеристики та якість вин. Туристи можуть відвідувати виноградники, дегустаційні зали, старовинні підвали та сучасні виноробні підприємства, отримуючи знання про процес вирощування винограду, технологію виробництва вина, сорти винограду та їх поєднання зі стравами. Наприклад, Токай славиться своїми десертними винами Токаї Aszú, які відомі у всьому світі як «королі десертних вин», а винороби Егерського регіону пропонують відвідувачам дегустації червоних вин, збагачених багатим ароматом і складним букетом смаку. Винні тури зазвичай інтегруються в комплексні туристичні маршрути, які поєднують дегустації з відвідуванням культурних та історичних об'єктів, таких як замки, музеї, старовинні підвали та мальовничі села [21, с. 377].

Гастрономічні фестивалі є ще однією важливою складовою гастрономічного туризму, оскільки вони поєднують дегустацію локальних страв і вин із культурними, освітніми та розважальними заходами. Туристи мають можливість брати участь у святкуваннях врожаю, ярмарках, виставках народних ремесел, конкурсах кулінарного мистецтва, майстер-класах та концертних програмах. Серед найбільш відомих гастрономічних фестивалів можна виділити Міжнародний фестиваль вина в Егері, Фестиваль паприки в Кечкеметі та Фестиваль рибних страв на озері Балатон. Такі події не лише популяризують національну кухню та локальні продукти, а й стимулюють економічну активність у регіонах, залучають місцевих виробників, ремісників та підприємців, створюють можливості для розвитку малого та середнього бізнесу, а також

сприяють культурній взаємодії між туристами та місцевими громадами. Гастрономічні фестивалі надають туристам унікальний досвід, який поєднує смакові, емоційні та пізнавальні елементи подорожі, створюючи сильні враження та стимулюючи повторні відвідини.

Кулінарні майстер-класи в Угорщині дозволяють туристам брати активну участь у процесі приготування автентичних страв, що значно підвищує інтерактивність гастрономічного досвіду. Майстер-класи проводяться в ресторанах, кулінарних студіях, на фермерських господарствах та виноробнях і включають приготування таких традиційних страв, як паприкаш, гуляш, лангош, рибні страви з озера Балатон, десерти Добош та інші місцеві кулінарні шедеври. Туристи отримують можливість ознайомитися з історією рецептури, технологією приготування, локальними інгредієнтами та методами поєднання страв із винами. Кулінарні майстер-класи зазвичай інтегруються в гастрономічні маршрути, що включають відвідування виноробень, дегустації вин, культурні та історичні екскурсії, що робить туристичний продукт комплексним, багатофункціональним і надзвичайно привабливим для різних груп туристів.

Особливе значення у сучасних гастрономічних практиках в Угорщині має використання цифрових технологій. Туристи можуть планувати участь у винних турах, гастрономічних фестивалях та кулінарних майстер-класах за допомогою онлайн-платформ, мобільних застосунків та віртуальних турів. Це дозволяє оптимізувати логістику, бронювання, організацію маршрутів, отримувати актуальну інформацію про заходи, оцінювати програми і навіть проходити частину майстер-класів дистанційно. Цифровізація сприяє підвищенню комфорту туристів, залученню міжнародної аудиторії, популяризації локальних продуктів та стійкому розвитку гастрономічного туризму [21, с. 378].

Винні тури, гастрономічні фестивалі та кулінарні майстер-класи в Угорщині формують комплексний гастрономічний туристичний продукт, який поєднує дегустацію автентичних вин і страв, ознайомлення з історією та культурною спадщиною, участь у подієвому туризмі та інтеграцію цифрових технологій. Ці напрямки сприяють розвитку економіки регіонів, підтримці

локальних виробників, популяризації угорської гастрономії на міжнародному рівні, збереженню культурної спадщини та соціальній згуртованості місцевих громад. Досвід Угорщини у сфері гастрономічного туризму є цінним прикладом для адаптації та розвитку подібних практик в інших країнах, зокрема в Україні, де створення автентичних гастрономічних продуктів і комплексних туристичних маршрутів може стати важливим елементом розвитку регіональної туристичної індустрії.

Таким чином, гастрономічний туризм в Угорщині формує багатопланову екосистему, де основними типами гастрономічних продуктів є традиційні страви, вина, локальні фермерські та ремісничі продукти, а основними туристичними маршрутами – винні тури, кулінарні маршрути, події гастрономічні тури та комплексні інтегровані маршрути, що поєднують гастрономію з культурою, історією та природними об'єктами. Ця структура забезпечує високий рівень туристичної привабливості, економічний розвиток регіонів, популяризацію національної кухні на міжнародному рівні та сприяє збереженню культурної спадщини.

### **2.3. Аналіз успішних кейсів угорських гастрономічних дестинацій**

Аналіз успішних кейсів угорських гастрономічних дестинацій є надзвичайно важливим для розуміння того, як країна змогла ефективно інтегрувати традиційні кулінарні практики, локальні продукти, виноробство та сучасні туристичні технології у комплексний туристичний продукт. Угорщина демонструє унікальний приклад того, як гастрономічний туризм може стати не лише економічним драйвером для регіонів, а й потужним інструментом популяризації національної культури та культурної спадщини, формування соціальної взаємодії між туристами та місцевими громадами, розвитку малого та середнього бізнесу і підвищення конкурентоспроможності туристичних дестинацій на міжнародному ринку.

Першим прикладом успішного кейсу є Токайський винний регіон, який відомий у всьому світі своїми десертними винами Tokaji Aszú. Цей регіон вдало поєднує виробництво унікального продукту з комплексним туристичним досвідом. Туристи можуть відвідувати виноградники, дегустаційні зали та старовинні підвали, дізнаватися про історію виноробства, сорти винограду, процеси ферментації та витримки вина. Крім того, Токай пропонує численні фестивалі та події, де туристи можуть брати участь у майстер-класах з дегустації та поєднання вин з автентичними стравами. Важливо відзначити, що регіон активно використовує цифрові технології: онлайн-бронювання винних турів, мобільні додатки з інформацією про маршрути та події, віртуальні тури по виноробнях та підвалах. Завдяки такій інтеграції традиційного продукту, культурної та історичної складової, подієвого туризму та цифрових інновацій, Токай став глобально відомим і привабливим для туристів з усього світу [10].

Другий приклад – Егерський винний регіон, що славиться червоним вином Egri Bikavér. Успіх цього регіону зумовлений комплексним підходом до розвитку туризму: винні тури інтегровані з культурними та історичними екскурсіями, відвідуванням замків, музеїв та традиційних ресторанів. Особливо важливу роль відіграють гастрономічні фестивалі, такі як Міжнародний фестиваль вина в Егері, де туристи беруть участь у дегустаціях, конкурсах кулінарного мистецтва та майстер-класах. Регіон демонструє ефективну взаємодію між державою, місцевими громадами та бізнесом: державна підтримка виноробства та туристичних ініціатив сприяє розвитку малих і середніх підприємств, підвищує зайнятість населення та створює економічний ефект для всього регіону. Крім того, Егер активно використовує цифрові платформи для планування турів, бронювання дегустацій та участі у фестивалях, що робить туристичний досвід комфортним та доступним для широкого кола відвідувачів.

Третій кейс – регіон Бадачонь, розташований на березі озера Балатон. Ця дестинація відома не лише виробництвом білих та рожевих вин, а й інтеграцією гастрономії з природним та рекреаційним туризмом. Туристи можуть відвідати

виноробні господарства, дегустувати вина, брати участь у майстер-класах з приготування рибних страв та десертів, а також відвідувати фестивалі рибних страв, які поєднують дегустації з культурними та розважальними заходами. Успіх Бадачоня пояснюється високою інтеграцією гастрономічного туризму з подієвим та природним туризмом, що дозволяє залучати різні категорії туристів – від сімейних груп до молоді та міжнародних гостей, а також створює економічний і соціальний ефект для місцевих громад.

Четвертий приклад – регіони Віллань, де фокус зроблено на локальних фермерських продуктах, органічних сирах, ковбасах, медових виробках та інших традиційних продуктах. Тут успіх гастрономічних дестинацій забезпечується високою автентичністю пропонованого продукту, інтеграцією кулінарних майстер-класів, дегустаційних турів та фестивалів локальної кухні. Туристи мають можливість не лише скуштувати продукти, а й брати участь у процесі їх виготовлення, ознайомитися з історією регіону та культурними традиціями, що створює глибокий освітній та емоційний ефект.

Аналіз всіх кейсів показує, що успіх угорських гастрономічних дестинацій базується на синергії декількох ключових факторів: інтеграція автентичних локальних продуктів, розвиток комплексних туристичних маршрутів, поєднання гастрономії з культурною та історичною спадщиною, активне проведення фестивалів і подій, впровадження інтерактивних кулінарних майстер-класів, підтримка держави та місцевих громад, використання цифрових технологій для оптимізації туристичного досвіду та маркетингових комунікацій [10].

Крім того, ці кейси демонструють, що успішні гастрономічні дестинації об'єднують різні типи туризму: подієвий, кулінарний, винний, рекреаційний та культурний, створюючи комплексний туристичний продукт, який задовольняє широкий спектр потреб туристів – від гастрономічних та культурних до освітніх і розважальних. Такий підхід дозволяє підвищувати рівень задоволеності туристів, стимулювати повторні відвідування та формувати позитивний імідж країни на міжнародному рівні.

Таблиця 2.1. Успішні кейси угорських гастрономічних дестинацій [9].

Регіон	Основні продукти	Винні тури	Гастрономічні фестивалі	Кулінарні майстер-класи	Ключові активності та особливості
Токай	Tokaji Aszú, Furmint, Hárslevelű, мед, горіхи	Відвідування виноградників, дегустація вин, екскурсії підвалами	Фестиваль токайських вин, культурні свята врожаю	Приготування десертних страв, поєднання вин з місцевими десертами	Інтеграція історії виноробства, поєднання гастрономії з культурою та подієвим туризмом, цифрове бронювання та віртуальні тури
Егер	Egri Bikavér (червоне вино), Leányka, гуляш, лангош	Дегустація червоних вин, відвідування підвалів, екскурсії з виноробами	Міжнародний фестиваль вина, кулінарні конкурси	Приготування гуляшу, поєднання страв з винами	Винні дегустації, майстер-класи, історичні екскурсії, державна та локальна підтримка малого бізнесу, цифрові платформи для бронювання
Бадачонь	Білі та рожеві вина, риба, традиційна випічка	Дегустація вин, відвідування виноробень	Фестиваль рибних страв на Балатоні, місцеві ярмарки	Приготування рибних страв та десертів	Поєднання гастрономії з природним та рекреаційним туризмом, подієвий туризм, інтеграція культурних активностей
Віллань	Білі та рожеві вина, сир, ковбаси, медові вироби	Відвідування виноградників, дегустації	Регіональні свята вина, локальні кулінарні ярмарки	Приготування локальних страв і десертів	Фокус на локальні фермерські продукти, інтеграція в кулінарні маршрути, взаємодія з

					місцевими виробниками
--	--	--	--	--	--------------------------

В Угорщині гастрономічний туризм активно інтегрує інноваційні технології, що дозволяє підвищувати якість туристичного продукту, залучати ширшу аудиторію та оптимізувати туристичні процеси. Використання цифрових сервісів, мобільних додатків та онлайн-бронювання стало невід’ємною частиною організації гастрономічних турів, винних дегустацій, кулінарних майстер-класів та фестивалів. Ці технології дозволяють туристам планувати подорожі, отримувати актуальну інформацію про події, зручніше бронювати участь у турах та майстер-класах, а також інтегрувати гастрономічний досвід із культурними, історичними та природними об’єктами.

Цифрові сервіси дозволяють туристам отримувати деталізовану інформацію про гастрономічні дестинації, включаючи виноробні регіони, ресторани, фермерські господарства та кулінарні студії. Наприклад, платформи на зразок Tokaj Wine Route або Egri Borvidék пропонують інтерактивні карти винних маршрутів, детальні описи дегустаційних залів, графіки роботи та відгуки відвідувачів. Це дозволяє туристам самостійно планувати маршрути, обирати оптимальні точки відвідування та скласти індивідуальні програми подорожей, враховуючи особисті уподобання та часові обмеження.

Мобільні додатки в угорському гастрономічному туризмі виконують кілька ключових функцій. По-перше, вони забезпечують зручне онлайн-бронювання винних турів, майстер-класів, фестивалівних квитків та дегустацій. По-друге, мобільні додатки пропонують інтерактивні гідів, які містять інформацію про локальні страви, історію виноробства, рецепти та поради щодо поєднання страв і вин. Додатково вони підтримують мультимедійний контент — фото, відео, віртуальні тури та аудіогідів, що робить туристичний досвід більш насиченим і пізнавальним [35, с. 107].

Онлайн-бронювання є ще одним важливим елементом цифрової трансформації гастрономічного туризму. Туристи можуть заздалегідь резервувати участь у винних турах, місцях дегустацій, кулінарних майстер-

класах та фестивалях через офіційні сайти або мобільні платформи, що значно підвищує зручність і планування подорожей. Це також сприяє ефективній роботі виноробів, ресторанів і організаторів подій, дозволяючи їм передбачати кількість відвідувачів, оптимізувати логістику та підвищувати якість обслуговування.

Крім того, цифрові сервіси у гастрономічному туризмі в Угорщині активно використовуються для маркетингу та промоції регіональних продуктів. Соціальні мережі, платформи для онлайн-рецензій та інтерактивні портали допомагають популяризувати виноробні регіони, кулінарні фестивалі та локальні продукти на національному та міжнародному рівнях. Наприклад, туристи з-за кордону можуть заздалегідь ознайомитися з пропозиціями винних турів, переглянути рейтинги та відгуки, обрати оптимальний маршрут і навіть придбати сувеніри або продукти онлайн, що робить гастрономічний досвід більш інтегрованим і доступним.

Особливу роль у сучасному гастрономічному туризмі Угорщини відіграють віртуальні тури та онлайн-екскурсії, які дозволяють туристам відчувати атмосферу виноробень, відвідати дегустаційні зали та кулінарні студії дистанційно. Це особливо важливо для міжнародних туристів, які планують подорожі заздалегідь або не можуть відвідати регіон фізично. Віртуальні тури поєднують навчальний, розважальний і гастрономічний аспекти, створюючи інноваційний та інтерактивний досвід [35, с. 108].

Використання інноваційних технологій у гастрономічному туризмі в Угорщині забезпечує комплексний підхід до розвитку туристичних дестинацій. Цифрові сервіси, мобільні додатки та онлайн-бронювання підвищують зручність і доступність туристичних продуктів, сприяють інтеграції гастрономії з культурною спадщиною та природними ресурсами, підвищують ефективність організації подій і стимулюють економічний розвиток регіонів. Цей досвід є цінним прикладом для адаптації в інших країнах, зокрема в Україні, де впровадження подібних технологій може значно підвищити конкурентоспроможність гастрономічного туризму, залучити внутрішніх та



міжнародних туристів, а також сприяти розвитку місцевих виробників та малого бізнесу.

Отже, досвід Угорщини у сфері гастрономічного туризму є надзвичайно цінним для адаптації у інших країнах, зокрема в Україні, де можна використати угорські практики для розвитку гастрономічного туризму в Івано-Франківській області, формуючи комплексні туристичні маршрути, фестивалі, кулінарні майстер-класи та інтеграцію цифрових технологій. Успішна адаптація цих практик дозволить створити комплексний туристичний продукт, підвищити економічну ефективність регіонів, залучити іноземних туристів, популяризувати національні продукти та кулінарні традиції, а також зміцнити соціальну та культурну взаємодію в громадах.

## РОЗДІЛ 3

### ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ УГОРСЬКОГО ДОСВІДУ РОЗВИТКУ ГАСТРОТУРИЗМУ ДЛЯ ІВАНО-ФРАНКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

#### 3.1. Характеристика туристичних (гастро) ресурсів Івано-Франківської області

Івано-Франківська область є однією з найбільш перспективних і багатогранних туристичних територій України, яка вирізняється унікальним поєднанням природних, культурних, історичних та гастрономічних ресурсів. Розташована в західній частині країни, вона охоплює значну частину Карпатських гір та передгір'їв, що забезпечує регіону природну красу, сприятливі кліматичні умови та різноманітні можливості для розвитку різних видів туризму: від активного гірського та екологічного туризму до культурно-пізнавального і гастрономічного. Завдяки своєму географічному положенню, багатій культурній спадщині та традиційним ремеслам область має всі передумови для формування комплексного туристичного продукту, який може задовольнити потреби як внутрішніх, так і міжнародних туристів.

Особливої уваги заслуговують гастрономічні ресурси регіону, які є не лише складовою туристичної привабливості, а й елементом національної та локальної культурної ідентичності. Карпатська кухня вирізняється використанням натуральних та локальних продуктів: молочних виробів, м'яса, грибів, ягід, меду, трав та спецій, що характерні саме для гірського регіону. Серед найпопулярніших гастрономічних продуктів варто виділити бринзу та інші види сирів, домашні ковбаси та в'ялене м'ясо, традиційні страви з картоплі, банош, деруни, вареники з різними начинками, а також різноманітні настоянки, карпатські медові напої та локальні солодощі. Ці продукти широко використовуються у туристичних програмах, кулінарних майстер-класах, дегустаційних турах та фестивалях, що сприяє розвитку гастрономічного туризму та популяризації локальної культури [41, с. 65].

Розвинена інфраструктура гастрономічного туризму в області включає ресторани, етнографічні садиби, фермерські господарства, кулінарні студії та дегустаційні зали. Вони пропонують туристам широкий спектр послуг: дегустацію локальних страв та напоїв, участь у приготуванні традиційних страв, екскурсії на виробництво продуктів, інтерактивні кулінарні майстер-класи, ознайомлення з процесами виготовлення сиру, ковбас, медових напоїв та настоянок. Такий підхід дозволяє створити комплексний гастрономічний досвід, який поєднує освітній, культурний, розважальний та емоційний аспекти, забезпечуючи глибоке занурення туристів у локальні традиції та кулінарні практики.

Особливо важливими є гастрономічні фестивалі та події, які щорічно проводяться в Івано-Франківській області. Вони присвячені карпатській кухні, сироварінню, меду, винам, настоянкам, традиційним стравам та локальним продуктам. Такі заходи залучають туристів з усієї України та з-за кордону, сприяють популяризації локальних продуктів, інтегрують громади та підвищують економічну ефективність регіону. Під час фестивалів туристи можуть брати участь у дегустаціях, кулінарних майстер-класах, конкурсах, святкових заходах та інтерактивних екскурсіях, що значно підвищує привабливість гастрономічного туризму та стимулює повторні поїздки.

Велику роль у розвитку гастрономічного туризму відіграє підтримка місцевих фермерів та виробників продуктів. Туристи мають змогу відвідати фермерські господарства, ознайомитися з процесом виробництва сиру, меду, ковбас та інших традиційних продуктів, брати участь у зборі ягід, грибів та приготуванні страв за старовинними рецептами. Такий підхід забезпечує автентичність туристичного продукту та створює глибокий освітній і емоційний ефект, залучаючи туристів до безпосередньої взаємодії з локальною культурою та традиціями.

Особливу увагу слід приділити поєднанню гастрономії з активним і рекреаційним туризмом. Івано-Франківська область має розвинену мережу гірських курортів, туристичних маршрутів, національних парків, річок та озер,

що дозволяє організовувати комбіновані тури: гірські походи, сплави, лижні тури, велосипедні маршрути, екотури, які поєднуються з дегустаціями, кулінарними майстер-класами та відвідуванням етнографічних комплексів. Такий комплексний підхід дозволяє задовольнити потреби різних категорій туристів, від сімейних груп до молоді та міжнародних гостей, а також формує позитивний імідж регіону як гастрономічно та культурно насиченого туристичного напрямку.

Крім того, значний потенціал області полягає у використанні інноваційних цифрових технологій для розвитку гастрономічного туризму: мобільні додатки, онлайн-бронювання, інтерактивні карти туристичних маршрутів, віртуальні тури та платформи для попередньої покупки квитків на дегустації чи фестивалі. Це дозволяє туристам планувати подорожі з максимальною зручністю, інтегрувати гастрономічний досвід із культурними та природними активностями, а також підвищує ефективність організації туристичних послуг та просування регіональних продуктів.

Івано-Франківська область є одним із найцікавіших і найколеритніших регіонів України з точки зору розвитку гастрономічного туризму, оскільки тут збереглися багатовікові кулінарні традиції, автентичні рецепти та локальні продукти, які відображають історичну, етнічну та культурну самобутність Карпатського регіону. Місцеві кулінарні традиції становлять невід'ємну частину культурної спадщини області і формують унікальний туристичний продукт, який приваблює внутрішніх та міжнародних туристів, сприяє економічному розвитку регіону та стимулює популяризацію локальних виробників та фермерських господарств. Гастрономічний туризм у цьому регіоні є комплексним явищем, яке об'єднує кулінарні, етнографічні, культурні, природні та соціальні ресурси, створюючи багаторівневий туристичний досвід [41, с. 67].

Особливу роль відіграють локальні продукти, що вирізняються високою якістю, натуральністю та унікальними смаковими властивостями. Серед них особливо популярними є бринза та інші види сиру, домашні ковбаси, в'ялене та копчене м'ясо, мед і продукти бджільництва, різноманітні ягоди та гриби,

картопля, овочі та трав'яні настоянки, традиційні солодощі та випічка. Ці продукти використовуються для приготування традиційних страв, які передаються з покоління в покоління і відображають сезонність, кліматичні особливості та етнічну різноманітність регіону. Наприклад, бринза та сири з овечого молока мають давню історію виробництва у гірських селах, а мед і настоянки використовуються як у повсякденному харчуванні, так і для святкових обрядів.

Традиційні страви Івано-Франківської області формують основу гастрономічного туризму і дозволяють туристам пізнавати культуру через смак та процес приготування. До таких страв належать банош, деруни, вареники з різними начинками, куліш, сирники, домашні ковбаси, медові напої та настоянки, традиційна випічка, яка супроводжує святкові та сімейні події. Кожна страва має свою історію та унікальний спосіб приготування, що робить гастрономічний досвід більш автентичним. Туристи мають змогу не лише скуштувати ці страви, а й брати участь у майстер-класах, відвідувати фермерські господарства та дегустаційні зали, ознайомлюватися з технологією виготовлення продуктів і культурними контекстами, що пов'язані з їх споживанням [37].

Важливим аспектом розвитку гастрономічного туризму є інтеграція кулінарії з культурними та природними ресурсами регіону. Туристи можуть відвідувати етнографічні музеї, національні парки, гірські маршрути, річки, озера, замки та фортеці, поєднуючи активний або рекреаційний відпочинок із дегустаціями та кулінарними майстер-класами. Такий комплексний підхід дозволяє створювати багаторівневий туристичний продукт, що поєднує освітню, розважальну, культурну та гастрономічну складові, підвищує емоційне задоволення туристів і стимулює повторні поїздки.

Особливу роль відіграють гастрономічні фестивалі та свята, які є платформою для популяризації локальних продуктів і кулінарних традицій. У регіоні регулярно проводяться фестивалі сиру, меду, вина, настоянок, локальних продуктів та традиційних страв, на яких туристи можуть брати участь у дегустаціях, майстер-класах, інтерактивних екскурсіях та святкових заходах.

Такі події сприяють розвитку місцевого бізнесу, залученню громад до туристичної діяльності, популяризації регіональних продуктів і зміцненню культурної та соціальної ідентичності регіону.

Не менш важливим є підтримка фермерських господарств та локальних виробників, які виступають партнерами туристичних програм. Туристи можуть відвідувати виробництво сиру, меду, ковбас та настоянок, брати участь у зборі ягід, грибів та трав, пробувати страви, приготовані за традиційними рецептами, та отримувати знання про локальні технології і сільськогосподарські практики. Це забезпечує автентичність туристичного досвіду та створює додаткову цінність для туристів, а також сприяє економічному розвитку місцевих громад.

Сучасний розвиток гастрономічного туризму в Івано-Франківській області неможливий без використання інноваційних цифрових технологій, які дозволяють ефективно популяризувати туристичні ресурси. Онлайн-платформи, мобільні додатки, інтерактивні карти, віртуальні тури та сервіси онлайн-бронювання забезпечують зручне планування подорожей, доступ до інформації про місцеві продукти, кулінарні майстер-класи та фестивалі, а також спрощують процес бронювання дегустацій і участі у туристичних програмах. Використання цифрових технологій робить гастрономічний туризм більш доступним, інтерактивним і привабливим для туристів різних категорій.

Таблиця 3.1. Ресурси гастротуризму Івано-Франківської області [41, с. 68].

Категорія	Назва / Локація	Основні послуги	Цифрові сервіси / Онлайн-підтримка
Фермерські господарства	Садиба «Пасіка», Татарів	Дегустація меду та локальних продуктів, майстер-класи	Онлайн-інформація про тури, контактні дані
Сироварні та еко-ферми	Сироварня «Карпатська ферма», Яремче	Виготовлення сирів, дегустації, участь у процесі виробництва	Сайт з описом продуктів та послуг, онлайн-бронювання

Ресторани та кафе	Ресторан «У Галини», Буковель	Традиційна кухня, дегустації, святкові меню	Онлайн-бронювання столиків, меню на сайті
Гастрономічні тури	«Різдво на Гуцульщині», Івано-Франківськ	Дегустації страв, майстер-класи, інтерактивні екскурсії	Сайт туроператора, онлайн-реєстрація на тур
Гастрономічні фестивалі	Фестиваль сиру та меду, Косів	Дегустації, майстер-класи, виставки локальних продуктів	Платформи подій, соціальні мережі, онлайн-реєстрація
Мобільні додатки	«Івано-Франківськ для туристів»	Інтерактивні карти гастрономічних маршрутів, інформація про заклади	iOS / Android, маршрути, події, кулінарні локації
Онлайн-бронювання житла	Платформа «Я вдома»	Бронювання готелів, хостелів, апартаментів	Онлайн-резервація, інтеграція з гастрономічними турами
Інтернет-платформи та карти маршрутів	«В похід Карпатами»	Планування маршрутів, відвідування фермерських господарств та дегустацій	Інтерактивні карти, онлайн-планування турів, інформація про фестивалі

Таким чином, Івано-Франківська область володіє багатим комплексом туристичних та гастрономічних ресурсів, які включають природні ландшафти, культурну спадщину, історичні пам'ятки, етнографічні традиції та автентичні гастрономічні продукти. Розвинена інфраструктура, підтримка місцевих виробників, проведення фестивалів, інтеграція гастрономії з активним та культурним туризмом, а також впровадження цифрових технологій створюють умови для формування конкурентоспроможного туристичного продукту,

підвищення економічної ефективності регіону та залучення широкого кола туристів, як українських, так і іноземних. Цей потенціал робить Івано-Франківську область перспективним регіоном для розвитку гастрономічного туризму та створення комплексних туристичних маршрутів, що поєднують культуру, природу та локальну кухню.

### **3.2. Моделі організації гастрономічних маршрутів та фестивалів на теренах Івано-Франківської області за угорським зразком**

Організація гастрономічних маршрутів та фестивалів в Івано-Франківській області сьогодні є одним із перспективних напрямів розвитку туристичної індустрії, що може значно підвищити економічну та культурну привабливість регіону. Запозичення угорського досвіду організації гастрономічного туризму є ефективним шляхом для формування комплексного туристичного продукту, який поєднує кулінарні традиції, локальні продукти, культурні й історичні ресурси та сучасні цифрові сервіси. Угорські моделі гастрономічного туризму орієнтовані на створення маршрутів і фестивалів, які інтегрують локальних виробників, ресторани, культурні події та природні атракції, забезпечуючи туристам максимально автентичний і насичений досвід.

Ключовою особливістю угорської моделі є концепція «від ферми до столу», яка передбачає, що туристи відвідують фермерські господарства та виробництва, спостерігають або беруть участь у процесі виготовлення продуктів, а потім дегустують страви в локальних ресторанах або колибах. Для Івано-Франківської області це означає створення маршрутів, які об'єднують сироварні, пасіки, виноробні, фермерські господарства та ресторани з традиційною кухнею. Такий підхід дозволяє туристам ознайомитися з технологією виробництва продуктів, їх сезонністю та історичним значенням, а також сприяє розвитку локального бізнесу і фермерських господарств. Наприклад, туристичний маршрут може включати відвідування сироварні в Яремче, пасіки в Татарові, дегустацію медових напоїв, участь у майстер-класі з приготування баношу або



дерунів, обід у колибі та завершення екскурсії культурною програмою, пов'язаною з місцевими традиціями.

Ще однією важливою складовою є організація гастрономічних фестивалів за угорським зразком, які поєднують дегустації, майстер-класи, освітні лекції, інтерактивні виставки та культурні заходи. В Угорщині такі фестивали вина, сирів, наливок та традиційних страв проводяться щорічно і залучають тисячі туристів з різних країн, стимулюючи розвиток малого бізнесу та популяризацію локальних продуктів. Для Івано-Франківської області це може бути реалізовано через фестивали сиру, меду, настоянок, локальних десертів і традиційних страв, у яких туристи мають змогу не лише дегустувати продукцію, а й брати участь у приготуванні, купувати продукти безпосередньо від виробників і знайомитися з культурним контекстом регіону. Організація таких заходів потребує чіткої структурованої програми, зон для дегустацій, навчальних і розважальних майданчиків, а також маркетингового супроводу для залучення туристів [48, с. 204].

Не менш важливим аспектом є використання цифрових технологій для просування гастрономічних маршрутів та фестивалів, що активно практикується в Угорщині. Мобільні додатки, інтерактивні карти, онлайн-бронювання турів і фестивалів, соціальні мережі та спеціалізовані туристичні платформи забезпечують туристам можливість планувати подорожі, отримувати актуальну інформацію про гастрономічні події та локальні продукти, а також інтегрувати відвідування гастрономічних об'єктів із культурними, історичними та природними локаціями. Для Івано-Франківської області впровадження таких цифрових рішень дозволяє не лише полегшити доступ туристів до гастрономічних маршрутів і фестивалів, а й підвищити ефективність маркетингу, залучити більшу аудиторію та створити інтерактивний туристичний продукт.

Особливістю угорських моделей є комплексність і тематичність маршрутів, коли гастрономія інтегрується з культурними подіями, етнографічними та історичними об'єктами. Для Івано-Франківської області це може бути реалізовано через тематичні гастрономічні тури, наприклад:

«Карпатський сир та мед», «Гуцульська кухня та традиції», «Винні та настоянкові тури», що поєднують дегустації, майстер-класи, відвідування етнографічних музеїв, історичних локацій та природних пам'яток. Такий підхід дозволяє створити комплексний туристичний досвід, інтегруючи гастрономію, культуру, історію та природу, а також сприяє підвищенню емоційного задоволення туристів і стимулює повторні поїздки.

Ще один важливий аспект – залучення місцевих громад і бізнесу. Угорські моделі активно передбачають співпрацю місцевих виробників, ресторанів, фермерських господарств, туристичних агентств та органів місцевого самоврядування для координації гастрономічних маршрутів і фестивалів. Для Івано-Франківської області це означає формування партнерських мереж, які об'єднують фермерські господарства, ресторани, туроператорів і культурні установи для створення цілісного туристичного продукту. Така співпраця сприяє економічному розвитку регіону, стимулює розвиток малого і середнього бізнесу та зміцнює соціальні зв'язки між місцевими громадами [48, с. 209].

Таблиця 3.2. SWOT-аналіз можливостей та ризиків розвитку гастрономічного туризму в Івано-Франківській області

Категорія	Показники
Сильні сторони (Strengths)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Багаті кулінарні традиції (гуцульська кухня, сири, банош, деруни, медові та алкогольні напої);</li> <li>- Різноманітна гастрономічна інфраструктура (фермерські господарства, сироварні, виноробні, ресторани, кафе);</li> <li>- Природні та культурні ресурси (гори, річки, національні парки, етнографічні музеї, історичні локації);</li> <li>- Потенціал для фестивальної діяльності (свята, ярмарки, етно-фестивалі);</li> <li>- Зацікавленість туристів у локальних продуктах і автентичних стравах.</li> </ul>

Слабкі сторони (Weaknesses)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Недостатнє цифрове забезпечення гастрономічних локацій;</li> <li>- Обмежена інфраструктура доступу та сервісів (житло, транспорт у віддалених локаціях);</li> <li>- Сезонність туризму (зосередженість на літньо-зимових періодах);</li> <li>- Низький рівень маркетингу і промоції;</li> <li>- Відсутність системи сертифікації гастрономічних маршрутів та продуктів.</li> </ul>
Можливості (Opportunities)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Адаптація міжнародного досвіду (Угорщина, Італія, Франція, Польща);</li> <li>- Розвиток цифрових сервісів (мобільні додатки, інтерактивні карти, онлайн-бронювання);</li> <li>- Підтримка держави та міжнародних грантів;</li> <li>- Інтеграція гастрономії з культурними та природними маршрутами;</li> <li>- Зростання внутрішнього туризму у воєнний та післявоєнний період;</li> <li>- Проведення фестивалів та тематичних подій, майстер-класів.</li> </ul>
Загрози (Threats)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Політичні та економічні ризики (війна, коливання економіки, транспортні обмеження);</li> <li>- Конкуренція з іншими регіонами та країнами;</li> <li>- Недостатня безпека продуктів і сервісу;</li> <li>- Кліматичні та природні фактори (повені, заморозки, природні катаклізми);</li> <li>- Низька культура обслуговування та недостатня кваліфікація персоналу.</li> </ul>

У сучасних умовах розвитку туристичної галузі Івано-Франківська область має величезний потенціал для розвитку гастрономічного туризму, який може стати не лише важливим джерелом доходу, а й ефективним інструментом популяризації локальної культури, традицій та продуктів. Одним із ключових

факторів успішного розвитку гастрономічного туризму є активне впровадження інноваційних технологій і цифрових сервісів, які забезпечують комплексний, зручний та інтерактивний туристичний досвід. Впровадження таких технологій дозволяє поєднувати гастрономію з культурними, історичними та природними ресурсами регіону, а також робить гастрономічні маршрути більш доступними, привабливими та сучасними.

Одним із найважливіших напрямів є мобільні додатки та онлайн-платформи, які надають туристам інтерактивні карти гастрономічних маршрутів, повну інформацію про локальні продукти, кулінарні традиції та послуги, а також забезпечують можливість планувати подорожі, бронювати участь у дегустаціях, майстер-класах і гастрономічних фестивалях. Мобільні застосунки можуть включати рейтинги ресторанів, відгуки туристів, фото та відеоматеріали, а також інтегрувати інформацію про культурні та природні пам'ятки, що розташовані вздовж маршруту. Це дозволяє туристам легко орієнтуватися на місцевості, обирати оптимальні маршрути та отримувати детальну інформацію про доступні гастрономічні пропозиції.

Ще одним важливим інструментом є онлайн-бронювання гастрономічних турів, ресторанів та житла, що забезпечує безпечний та зручний сервіс для туристів. Спеціалізовані платформи дозволяють заздалегідь резервувати місця на дегустаціях, майстер-класах або гастрономічних фестивалях, що особливо важливо для організації подорожей у високий туристичний сезон або в умовах обмеженого доступу до деяких локацій. Онлайн-бронювання також підвищує ефективність роботи туристичних операторів, дає змогу прогнозувати потік туристів і планувати логістику подій [10].

Цифрові карти та інтерактивні маршрути є ще одним ефективним інструментом для розвитку гастрономічного туризму. Такі карти дозволяють туристам поєднувати відвідування фермерських господарств, сироварень, виноробень, локальних ресторанів і кафе з культурними та природними атракціями, створюючи комплексний та тематичний туристичний маршрут. Інтерактивні карти можна інтегрувати з мобільними додатками, соціальними

мережами та онлайн-платформами, що дозволяє отримати повну інформацію про доступні послуги, розклад роботи закладів, локації майстер-класів і фестивалів, а також актуальні новини про події в регіоні.

Важливим напрямом розвитку є віртуальні тури та цифровий контент, який дозволяє туристам ознайомитися з гастрономічними об'єктами ще до приїзду в регіон. Віртуальні тури, 3D-екскурсії, відео- та фотоматеріали дозволяють детально оглянути фермерські господарства, сироварні, виноробні, ресторани та фестивальні майданчики, оцінити пропозиції, запланувати маршрути і сформувати індивідуальний план подорожі. Цей інструмент підвищує рівень обізнаності туристів, стимулює їхню зацікавленість і сприяє збільшенню туристичного потоку.

Однією з найперспективніших інновацій є використання аналітики даних та систем Big Data, що дозволяє відслідковувати поведінку туристів, їхні вподобання, популярні маршрути та попит на гастрономічні продукти і послуги. Ці дані допомагають туристичним операторам і місцевому бізнесу адаптувати пропозиції, створювати персоналізовані маршрути, пропонувати спеціальні програми дегустацій та майстер-класів, а також оптимізувати маркетингові кампанії для залучення нових туристів.

Не менш важливим є активне використання соціальних мереж та онлайн-платформ для просування гастрономічного туризму, що дозволяє привертати увагу внутрішніх і міжнародних туристів, популяризувати локальні продукти та кулінарні традиції, а також формувати позитивний імідж Івано-Франківської області як гастрономічного регіону. Публікація контенту, організація інтерактивних конкурсів, анонсів майстер-класів і фестивалів у Facebook, Instagram, TikTok та на спеціалізованих туристичних порталах сприяє підвищенню інтересу та стимулює туристів відвідувати гастрономічні локації.

Крім того, цифрові технології дозволяють інтегрувати гастрономічні маршрути з культурними, історичними та природними об'єктами, створюючи комплексний туристичний продукт. Наприклад, маршрут може поєднувати відвідування сироварні, дегустацію місцевих сирів, майстер-клас із

приготування баношу, відвідування етнографічного музею та прогулянку в національному парку. Такий комплексний підхід значно підвищує привабливість регіону, робить подорож більш насиченою та цікавою, а також стимулює повторні поїздки туристів.

Впровадження інноваційних технологій і цифрових сервісів у гастрономічний туризм Івано-Франківської області є ключовим фактором підвищення ефективності туристичного сектору. Це дозволяє створити сучасний, зручний, безпечний та інтерактивний туристичний продукт, який інтегрує гастрономію, культуру, історію та природу, підвищує економічну привабливість регіону, стимулює розвиток локального бізнесу та формує унікальний гастрономічний бренд області, конкурентоспроможний на внутрішньому та міжнародному туристичному ринку [13, с. 277].

Таким чином, моделі організації гастрономічних маршрутів та фестивалів на теренах Івано-Франківської області за угорським зразком передбачають комплексний підхід, який включає інтеграцію локальних продуктів і кулінарних традицій, організацію тематичних маршрутів і фестивалів, активне використання цифрових платформ і мобільних додатків, а також тісну співпрацю держави, бізнесу та громадських організацій. Впровадження таких моделей дозволяє підвищити туристичну привабливість регіону, формує унікальний гастрономічний бренд Івано-Франківської області, стимулює розвиток локального бізнесу, підтримує фермерські господарства та забезпечує комплексний і автентичний туристичний досвід для внутрішніх і міжнародних туристів.

### **3.3. Роль держави, бізнесу та громадських організацій у розвитку гастрономічного туризму в Івано-Франківській області**

Держава відіграє ключову роль у формуванні, підтримці та розвитку гастрономічного туризму в Івано-Франківській області, оскільки її участь забезпечує створення сприятливого регуляторного середовища, фінансову

підтримку, просування туристичного продукту на національному та міжнародному рівні, а також інтеграцію гастрономії з культурними, історичними та природними ресурсами регіону. Державна політика та інституційна підтримка визначають ефективність розвитку туристичної галузі і сприяють формуванню конкурентоспроможного туристичного продукту.

Одним із ключових напрямів державної підтримки є створення нормативно-правової бази та регуляторних механізмів, які стимулюють розвиток гастрономічного туризму. Це включає законодавчі ініціативи щодо стандартизації та сертифікації гастрономічних продуктів, забезпечення якості послуг у ресторанах, дегустаційних закладах і фермерських господарствах, а також регулювання проведення фестивалів, ярмарків і майстер-класів. Чіткі правила та стандарти сприяють підвищенню безпеки туристів і формують довіру до гастрономічного продукту регіону.

Держава також відіграє важливу роль у фінансовій підтримці та стимулюванні розвитку гастрономічного туризму. Це може включати гранти для малого та середнього бізнесу, субсидії на розвиток туристичної інфраструктури, інвестиції у модернізацію закладів харчування та виробництво локальних продуктів, підтримку фестивалів і майстер-класів. Фінансова підтримка дозволяє залучати інвестиції, підвищувати якість сервісу та розвивати інноваційні туристичні продукти, що відповідають міжнародним стандартам.

Не менш важливою є роль держави у розвитку інфраструктури та логістики, яка забезпечує зручність доступу туристів до гастрономічних об'єктів. Це включає розвиток транспортних сполучень, будівництво і модернізацію туристичних інформаційних центрів, облаштування парковок та туристичних маршрутів, забезпечення інтернет-зв'язку та навігаційних систем. Зручна інфраструктура робить гастрономічні маршрути доступними не лише для внутрішніх туристів, а й для гостей з інших регіонів і країн.

Держава також активно сприяє просуванню гастрономічного туризму на національному та міжнародному рівні. Це здійснюється через участь у туристичних виставках, промо-кампанії, медіа-рекламу, створення туристичних

порталів та мобільних додатків. Інформаційна підтримка сприяє формуванню позитивного іміджу Івано-Франківської області як гастрономічного регіону, залучає нових туристів і стимулює розвиток локального бізнесу.

Важливим напрямом є підтримка освіти та підвищення кваліфікації кадрів у сфері гастрономічного туризму. Держава може сприяти організації професійних курсів, навчальних програм для кухарів, сомельє, екскурсоводів та персоналу туристичних об'єктів, що забезпечує високий рівень обслуговування і формує позитивний туристичний досвід. Освічені та підготовлені кадри сприяють підвищенню якості гастрономічних послуг і розвитку туристичної індустрії в цілому.

Ще одним напрямом державної підтримки є стимулювання цифровізації гастрономічного туризму. Це включає впровадження мобільних застосунків, онлайн-бронювання турів та фестивалів, інтерактивних карт, віртуальних турів та аналітики даних. Держава може підтримувати створення єдиної цифрової платформи для гастрономічних маршрутів, де туристи отримують доступ до актуальної інформації про локації, продукти, події та культурні об'єкти, що підвищує зручність і привабливість подорожей [13, с. 279].

Роль держави у розвитку гастрономічного туризму в Івано-Франківській області є комплексною та багатогранною. Вона включає створення нормативно-правових умов, фінансову підтримку, розвиток інфраструктури, просування туристичного продукту, освіти та підготовку кадрів, а також стимулювання цифровізації. Завдяки активній участі держави регіон може не лише підвищити туристичну привабливість, а й сформувати унікальний гастрономічний бренд, інтегрувати локальні кулінарні традиції з культурними, історичними та природними ресурсами та забезпечити стабільний розвиток туристичної індустрії на національному та міжнародному рівні.

Бізнес у розвитку гастрономічного туризму в Івано-Франківській області відіграє надзвичайно важливу роль, оскільки саме приватні підприємці забезпечують виробництво та просування локальних кулінарних продуктів, організацію гастрономічних маршрутів, фестивалів та майстер-класів, а також



створюють сервіси та інфраструктуру, яка робить туристичний продукт регіону повноцінним і конкурентоспроможним. Підприємства малого, середнього та великого бізнесу є безпосередніми виробниками гастрономічних продуктів, включаючи сири, мед, наливки, вина, традиційні страви гуцульської та бойківської кухні, фермерські та органічні продукти, що формують унікальну гастрономічну ідентичність регіону. Через комерційні ініціативи бізнес забезпечує доступ туристів до дегустацій, кулінарних майстер-класів, екскурсій на виробництві та тематичних фестивалів, що не лише підвищує привабливість туристичного продукту, а й сприяє розвитку локальної економіки, створенню робочих місць та зростанню доходів місцевого населення.

Одним із ключових напрямів діяльності бізнесу є організація гастрономічних маршрутів, які інтегрують відвідування сироварень, виноробень, фермерських господарств, локальних ресторанів і кафе з культурними та природними атракціями регіону. Такі маршрути дозволяють туристам відчувати автентичність регіону, дізнатися про технології виробництва продуктів, брати участь у приготуванні традиційних страв та отримувати повний гастрономічний досвід. Бізнес активно співпрацює з турагентствами та онлайн-платформами, що дозволяє забезпечити планування та бронювання турів, а також інтегрувати локальні гастрономічні об'єкти у ширші туристичні маршрути по Україні та міжнародні туристичні ланцюги [3, с. 61].

Серед інших важливих аспектів діяльності бізнесу є проведення гастрономічних фестивалів, ярмарків і майстер-класів, що формує додаткову туристичну привабливість регіону та сприяє популяризації локальних продуктів. Бізнесові ініціативи у сфері організації подій дозволяють залучати туристів не лише з інших регіонів України, а й з-за кордону, що стимулює економічний розвиток, підвищує впізнаваність бренду Івано-Франківської області і сприяє формуванню позитивного іміджу регіону. Через такі події туристи отримують можливість безпосередньо спілкуватися з виробниками, дегустувати продукцію, брати участь у кулінарних майстер-класах і пізнавати місцеві традиції, що робить подорож більш насиченою та інтерактивною.

Не менш важливим напрямом є інвестиції бізнесу у цифровізацію гастрономічного туризму. Підприємці розробляють мобільні додатки, інтерактивні карти, онлайн-сервіси для бронювання турів, віртуальні тури та платформи для аналітики даних про туристичні потоки і попит. Використання сучасних технологій дозволяє бізнесу забезпечувати персоналізований підхід до туристів, створювати інтерактивні маршрути, оперативно інформувати про нові продукти, події та фестивалі, а також підвищувати рівень комунікації та взаємодії з туристами. Завдяки цифровим сервісам бізнес може ефективно планувати маркетингові кампанії, аналізувати поведінку туристів та адаптувати пропозиції під потреби цільової аудиторії, що значно підвищує конкурентоспроможність регіону.

Бізнес також відіграє важливу роль у формуванні партнерських мереж і кооперації з іншими учасниками гастрономічного туризму, включаючи державні органи та громадські організації. Співпраця дозволяє інтегрувати гастрономічні маршрути у ширші туристичні продукти, залучати фінансування та гранти, обмінюватися досвідом, підвищувати якість обслуговування і створювати єдиний туристичний бренд області. Підприємці активно співпрацюють із закладами освіти для підготовки професійних кадрів, що забезпечує високий рівень обслуговування та професіоналізму персоналу [3, с. 62].

Роль бізнесу у розвитку гастрономічного туризму в Івано-Франківській області є стратегічною та багатогранною: він забезпечує виробництво локальних продуктів, організацію маршрутів і фестивалів, впровадження інноваційних цифрових сервісів, розвиток партнерських мереж, залучення туристів і просування регіону на національному та міжнародному рівні. Активна участь бізнесу дозволяє створити сучасний, комплексний і конкурентоспроможний гастрономічний туристичний продукт, який інтегрує кулінарні традиції з культурними та природними ресурсами, сприяє економічному розвитку регіону та формує стійкий і впізнаваний туристичний бренд Івано-Франківської області.

Громадські організації відіграють надзвичайно важливу роль у розвитку гастрономічного туризму в Івано-Франківській області, оскільки вони здатні

виступати посередниками між державними інституціями, бізнесом та місцевими громадами, об'єднуючи зусилля різних учасників туристичної екосистеми та забезпечуючи комплексний підхід до розвитку галузі. Основна роль громадських організацій полягає у популяризації локальної гастрономії, збереженні кулінарних традицій, розвитку культурних і гастрономічних подій, а також у формуванні іміджу регіону як туристичної дестинації, що пропонує унікальні гастрономічні враження. Через активну участь у організації фестивалів, ярмарків, дегустацій, кулінарних майстер-класів і освітніх програм громадські організації сприяють підвищенню привабливості регіону для внутрішніх та міжнародних туристів, стимулюють локальний бізнес і залучають нові аудиторії до гастрономічних подій.

Одним із ключових напрямів діяльності громадських організацій є популяризація місцевих кулінарних традицій та продуктів. Організації проводять дослідження локальних гастрономічних ресурсів, документують рецепти, історії та технології приготування традиційних страв, створюють публікації, онлайн-платформи та інтерактивні карти, що дозволяє туристам ознайомитися з культурним та гастрономічним спадком регіону ще до приїзду. Такі ініціативи підвищують обізнаність туристів, сприяють збереженню культурної спадщини та формують цінність локальних продуктів як туристичного атрактору [3, с. 64].

Громадські організації активно сприяють організації гастрономічних маршрутів та фестивалів, об'єднуючи локальних виробників, ресторани, кафе, виноробні та фермерські господарства у спільні туристичні продукти. Вони координують роботу учасників, розробляють маршрути, а також забезпечують інформаційне супроводження подій, включаючи просування через соціальні мережі та онлайн-платформи. Це дозволяє створювати інтерактивні, тематичні та сезонні гастрономічні маршрути, які приваблюють туристів і роблять подорож більш насиченою та пізнавальною.

Не менш важливим напрямом є підтримка цифровізації гастрономічного туризму, яку здійснюють громадські організації разом із бізнесом та державою.

Вони створюють мобільні застосунки, інтерактивні карти, онлайн-бронювання турів та майстер-класів, віртуальні тури, бази даних локальних продуктів і культурних атракцій. Використання цифрових технологій дозволяє інтегрувати гастрономію з культурою, природними ресурсами та подієвим туризмом, забезпечуючи туристам зручність у плануванні маршруту та доступ до актуальної інформації, а організаторам — ефективне управління потоками туристів.

Громадські організації також відіграють важливу роль у навчанні та підвищенні кваліфікації учасників гастрономічного туризму, організовуючи тренінги для фермерів, кухарів, сомельє, гідів та персоналу туристичних об'єктів. Це сприяє підвищенню рівня обслуговування, розвитку професійних навичок і забезпечує високий рівень туристичного досвіду, що позитивно впливає на репутацію регіону.

Крім того, громадські організації активно залучаються до маркетингових та промоційних ініціатив, популяризуючи гастрономічний туризм Івано-Франківської області на національному та міжнародному рівні. Вони співпрацюють із медіа, туристичними порталами, блогерами та інфлюенсерами, організовують тематичні інформаційні кампанії, що дозволяє підвищувати впізнаваність бренду регіону, залучати нових туристів і формувати позитивний імідж області як гастрономічної дестинації.

Таблиця 3.3. Роль держави, бізнесу та громадських організацій у розвитку гастрономічного туризму в Івано-Франківській області [12, с. 307].

Суб'єкт	Основні функції та роль	Конкретні дії / приклади
Держава	Створення нормативно-правової бази, фінансова підтримка, розвиток інфраструктури, просування регіону, стимулювання	- Законодавче регулювання гастрономічного туризму та сертифікація продуктів; - Надання грантів та субсидій для розвитку фермерських господарств, ресторанів та фестивалів;

	цифровізації, підготовка кадрів	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Розвиток туристичних маршрутів, транспортної інфраструктури, інформаційних центрів;</li> <li>- Підтримка цифрових платформ, мобільних додатків, інтерактивних карт;</li> <li>- Професійні навчальні програми для кухарів, гідів та сомельє.</li> </ul>
Бізнес	Виробництво та просування локальних гастрономічних продуктів, організація гастрономічних маршрутів, фестивалів та майстер-класів, впровадження цифрових сервісів	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Фермерські господарства, виноробні, сироварні, ресторани та кафе;</li> <li>- Організація дегустацій, кулінарних майстер-класів, гастрономічних фестивалів;</li> <li>- Впровадження онлайн-бронювання, мобільних застосунків та інтерактивних карт;</li> <li>- Співпраця з турагентствами та платформами для інтеграції гастрономічних маршрутів.</li> </ul>
Громадські організації	Популяризація гастрономії, збереження кулінарних традицій, організація подій, цифровізація, навчання та просування регіону	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Проведення гастрономічних фестивалів, ярмарків та майстер-класів;</li> <li>- Створення інтерактивних карт, онлайн-платформ та віртуальних турів;</li> <li>- Дослідження та популяризація локальних продуктів та традицій;</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Тренінги та освітні програми для фермерів, кухарів, сомельє та гідів;</li> <li>- Просування гастрономічного туризму через соціальні мережі та медіа.</li> </ul>
--	--	--

Таким чином, роль громадських організацій у розвитку гастрономічного туризму в Івано-Франківській області є стратегічною та багатогранною: вони сприяють збереженню кулінарної спадщини, популяризації локальних продуктів, організації гастрономічних маршрутів та фестивалів, розвитку цифрових сервісів, підвищенню кваліфікації персоналу, інтеграції гастрономії з культурними і природними ресурсами, а також формуванню позитивного іміджу регіону. Активна участь громадських організацій дозволяє створити сучасний, конкурентоспроможний і комплексний гастрономічний туристичний продукт, який підвищує туристичну привабливість Івано-Франківської області, стимулює розвиток локальної економіки та забезпечує стійке зростання гастрономічного туризму на національному та міжнародному рівні.

#### **3.4. Рекомендації щодо розвитку гастрономічного туризму в межах Івано-Франківської області**

Для ефективного та стійкого розвитку гастрономічного туризму в Івано-Франківській області необхідно впроваджувати комплексний підхід, який поєднує державну підтримку, активність бізнесу та громадських організацій, цифровізацію туристичного середовища, розвиток інфраструктури та просування гастрономічного бренду регіону на національному та міжнародному рівні. Одним із ключових напрямів є створення та вдосконалення нормативно-правової бази, яка регламентує виробництво локальних продуктів, організацію гастрономічних маршрутів, фестивалів, дегустаційних заходів та майстер-класів, встановлює стандарти якості продуктів і послуг, забезпечує безпеку туристів і захищає права споживачів. Така регуляторна підтримка дозволяє формувати

довіру до гастрономічного продукту регіону, підвищує рівень професіоналізму учасників туристичної сфери та створює передумови для довгострокового розвитку галузі.

Держава має активно забезпечувати фінансову підтримку розвитку гастрономічного туризму шляхом надання грантів і субсидій для малого та середнього бізнесу, що займається виробництвом локальних продуктів, організацією гастрономічних заходів, модернізацією закладів харчування, а також впровадженням інноваційних цифрових рішень. Такі заходи дозволяють підприємцям підвищувати якість послуг, розширювати асортимент продукції, формувати комплексні туристичні продукти та інтегрувати гастрономічні об'єкти в ширші туристичні маршрути. Крім того, державна підтримка сприяє залученню інвестицій, розвитку партнерських мереж між бізнесом, громадськими організаціями та місцевими громадами, стимулює кооперацію та обмін досвідом серед учасників туристичної екосистеми [12, с. 331].

Важливим напрямом є розвиток туристичної інфраструктури, що включає облаштування транспортних шляхів, інформаційних центрів, дегустаційних майданчиків, паркінгів, навігаційних систем, а також забезпечення високошвидкісного інтернету та мобільного зв'язку на території гастрономічних маршрутів. Розвиток інфраструктури дозволяє туристам зручно подорожувати регіоном, відкривати для себе різноманітні гастрономічні локації, відчувати комфорт і безпеку під час поїздок, що, у свою чергу, стимулює збільшення тривалості перебування туристів та їхніх витрат у регіоні. Одночасно розвиток інфраструктури підтримує бізнес, створюючи умови для розширення послуг і залучення нових туристів, а також сприяє формуванню позитивного іміджу Івано-Франківської області як туристичної дестинації.

Цифровізація гастрономічного туризму є ще одним стратегічно важливим напрямом. Впровадження мобільних застосунків для планування маршрутів, онлайн-бронювання турів та майстер-класів, інтерактивних карт, баз даних локальних продуктів і віртуальних турів дозволяє туристам отримувати актуальну інформацію про гастрономічні об'єкти, події, фестивалі,

розташування виробників та ресторанів, а організаторам — ефективно керувати потоками туристів, аналізувати попит і адаптувати пропозиції під потреби цільової аудиторії. Цифрові сервіси сприяють інтеграції гастрономії з культурними, історичними та природними атракціями регіону, створюють унікальний та інтерактивний туристичний досвід і підвищують конкурентоспроможність регіону на внутрішньому та міжнародному туристичному ринку.

Не менш важливим аспектом є підвищення кваліфікації кадрів у сфері гастрономічного туризму. Рекомендується організовувати освітні програми та тренінги для кухарів, сомельє, гідів, персоналу дегустаційних залів і фестивальних майданчиків, фермерів і виробників локальної продукції. Це сприятиме підвищенню професійного рівня обслуговування, якості туристичного досвіду, формуванню позитивного іміджу регіону та стимулюванню повторних відвідувань. Крім того, підвищення кваліфікації допомагає впроваджувати інновації, адаптуватися до сучасних стандартів туристичного обслуговування та активно використовувати цифрові технології у просуванні гастрономічного туризму [7, с. 219].

Маркетингові та промоційні заходи мають відігравати ключову роль у популяризації гастрономічного туризму Івано-Франківської області. Вони включають участь у національних та міжнародних туристичних виставках, організацію рекламних кампаній, співпрацю з медіа, блогерами та інфлюенсерами, створення туристичних порталів і платформ для інтерактивної взаємодії з туристами. Акцент на унікальних локальних кулінарних традиціях, продуктах та культурних особливостях регіону дозволяє формувати впізнаваний гастрономічний бренд, залучати нових туристів і стимулювати розвиток локальної економіки.

Також слід активно розвивати подієвий гастрономічний туризм, включаючи фестивалі, ярмарки, майстер-класи, кулінарні школи та сезонні заходи, які дозволяють туристам безпосередньо взаємодіяти з локальними виробниками, відчувати автентичність регіону та брати участь у приготуванні



традиційних страв. Події формують додаткові джерела доходу для підприємців, сприяють популяризації місцевої культури та гастрономічної спадщини, стимулюють розвиток партнерських мереж та створюють нові можливості для залучення туристів з інших регіонів України та з-за кордону.

Необхідно також інтегрувати гастрономічний туризм з культурним, історичним і природним туризмом, створюючи комплексні маршрути, які поєднують відвідування гастрономічних об'єктів із екскурсіями, майстер-класами, культурними та природними пам'ятками. Такий підхід дозволяє формувати повноцінний туристичний продукт, підвищувати економічну ефективність туристичного сектору, збільшувати тривалість перебування туристів у регіоні та стимулювати розвиток супутніх видів бізнесу, таких як транспорт, розміщення, сувенірна продукція та розважальні послуги [7, с. 220].

У підсумку, комплексний розвиток гастрономічного туризму в Івано-Франківській області потребує поєднання нормативно-правового регулювання, фінансової підтримки, розвитку інфраструктури, цифровізації, освіти та підвищення кваліфікації кадрів, активного маркетингу та інтеграції гастрономії з культурними і природними ресурсами. Реалізація цих заходів сприятиме створенню стійкого, сучасного, конкурентоспроможного та впізнаваного гастрономічного туристичного продукту, підвищить туристичну привабливість регіону, стимулюватиме економічний розвиток, збільшить доходи місцевого населення, популяризує унікальні кулінарні традиції та забезпечить стійке зростання гастрономічного туризму на національному та міжнародному рівні.

## ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило всебічно оцінити сутність, сучасний стан та перспективи розвитку гастрономічного туризму як одного з пріоритетних напрямів туристичної індустрії. Аналіз теоретичних і практичних аспектів засвідчив, що гастрономічний туризм виступає комплексним явищем, що поєднує культурну, економічну, соціальну та рекреаційну складові. Він сприяє підвищенню туристичної привабливості регіону, залученню інвестицій, популяризації локальних продуктів і традицій, а також формуванню сталого і відповідального туризму. Виявлено, що гастрономія є важливим інструментом формування туристичного іміджу регіону, який здатен впливати на рішення туристів щодо вибору місця відпочинку, тривалості перебування та рівня витрат на подорож.

Дослідження показало, що гастрономічний туризм є багатовимірним явищем. Він включає не лише відвідування ресторанів та дегустацій місцевих страв, але й знайомство з традиційними методами виробництва продуктів, участь у кулінарних майстер-класах, відвідування гастрономічних фестивалів та подій. Світові тенденції розвитку гастрономічного туризму демонструють, що ключовими чинниками успіху є інтеграція локальних продуктів у туристичні маршрути, брендування кулінарних традицій, організація тематичних подій, залучення громад і бізнесу, а також використання цифрових платформ для просування туристичних продуктів.

Аналіз досвіду Угорщини показав, що країна досягла високого рівня організації гастрономічного туризму завдяки комплексному підходу, що включає державну підтримку, стратегічне планування та партнерство між бізнесом, органами влади та місцевими громадами. Угорщина ефективно використовує локальні гастрономічні ресурси через організацію винних турів, кулінарних фестивалів, дегустаційних заходів та майстер-класів. Успішні кейси угорських гастрономічних дестинацій демонструють важливість брендування продуктів, просування туристичних маршрутів та активної взаємодії між різними

учасниками туристичного процесу. Цей досвід є цінним прикладом для адаптації та впровадження в Україні, зокрема в Івано-Франківській області.

Дослідження туристичних та гастрономічних ресурсів Івано-Франківської області показало, що регіон має значний потенціал для розвитку гастрономічного туризму. Багатство локальних кулінарних традицій, етнокультурна спадщина, природні ресурси, фермерські господарства, сироварні, виноробні регіони та існуючі фестивальні майданчики створюють основу для формування тематичних гастрономічних маршрутів. Водночас ефективна реалізація цього потенціалу потребує модернізації інфраструктури, стандартизації туристичних маршрутів, розвитку інформаційних та сервісних платформ, а також активного залучення місцевих громад і бізнесу.

Дослідження засвідчило, що для успішного розвитку гастрономічного туризму в Івано-Франківській області необхідна чітка координація дій між державними органами, місцевими громадами, підприємцями та громадськими організаціями. Держава повинна забезпечити нормативно-правову підтримку, фінансування розвитку туристичної інфраструктури та просування гастрономічних продуктів. Бізнес і громадські організації — активно впроваджувати практичні ініціативи, організовувати фестивалі, дегустаційні маршрути та кулінарні події, популяризувати локальні бренди та створювати комплексні туристичні продукти.

На основі аналізу угорського досвіду розроблено низку рекомендацій щодо розвитку гастрономічного туризму в Івано-Франківській області. Серед них:

- створення локальних гастрономічних маршрутів та кластерів, що поєднують дегустаційні заходи з культурними та природними атракціями;
- інтеграція продуктів регіональної кухні у туристичні послуги, включаючи фермерські продукти, сир, мед, трав'яні чаї, вина та інші локальні продукти;
- організація тематичних фестивалів і кулінарних майстер-класів для залучення туристів різних вікових та соціальних груп;

- активне використання цифрових платформ для просування маршрутів, подій та локальних брендів;
- формування бренду Івано-Франківської області як гастрономічного регіону з унікальними кулінарними традиціями;
- створення партнерських мереж між органами влади, бізнесом та громадськими організаціями для забезпечення сталого розвитку гастрономічного туризму;
- залучення інвестицій та грантових програм для підтримки малих виробників і створення інфраструктури для туристів.

Впровадження цих рекомендацій дозволить підвищити туристичну привабливість регіону, розвинути локальну економіку, популяризувати культурну та гастрономічну спадщину, залучити внутрішніх та іноземних туристів, а також створити стійку систему гастрономічного туризму, інтегровану в європейський туристичний простір.

Таким чином, гастрономічний туризм може стати важливим драйвером розвитку Івано-Франківської області, сприяти формуванню позитивного іміджу регіону, залученню інвестицій, розвитку локального бізнесу, популяризації культурних та кулінарних традицій і підвищенню рівня якості туристичних послуг. Реалізація запропонованих заходів створить умови для сталого, конкурентоспроможного та культурно орієнтованого гастрономічного туризму, що здатен забезпечити комплексні економічні, соціальні та культурні вигоди для місцевої громади та туристів.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Балашова Р.І. Організація діяльності туристичного підприємства : навч. посібник. К. : Центр учбової літератури, 2012. 184с.
2. Бойко М. Економічні інтереси туристичних підприємств: методичні основи оцінювання та реалізації. *Вісник КНТЕУ*. 2011. №1. С.31-40.
3. Бойко М. Методичні основи розрахунку показників ефективності брендингу в туризмі. *Вісник КНТЕУ*. 2010. № 2. С.55-65.
4. Босовська М.В. Інтеграційні процеси в туризмі : монографія. К. : КНТЕУ, 2015. 832 с.
5. Босовська М.В. Концепція інтеграційного розвитку туристичних підприємств. *Економіка & держава*. 2015. № 3. С. 43-47.
6. Бунтова Н.В. Кадрове забезпечення галузі туризму з урахуванням міжнародного досвіду. К. 2005. 278 с.
7. Ведмідь Н.І., Сідлецька І.Ю. Проблеми інформатизації рекреаційної та туристичної діяльності в Україні: перспективи культурного та економічного розвитку. Трускавець, 2000. 275 с.
8. Галасюк С.С. Організація туристичних подорожей та екскурсійної діяльності : навч. посібник. К. : Центр учбової літератури, 2013. 178 с.
9. Гастрономічний маршрут. URL: <https://promin.cv.ua/gastronomichnyi-marshrut-etnichni-stravy-natsionalnoi-kukhni>
10. Гастрономічний туризм, як перспективний напрям розвитку туризму в регіонах України. URL: <https://knute.edu.ua/file/MjIxBw==/6f98ea1e320092f0c6cd25d22ac3f16e.pdf> (дата звернення: 02.01.2024).
11. Герасименко В. Ліцензування туристичної діяльності в Україні в контексті міжнародного досвіду. *Журнал європейської економіки*. 2011. №4. С.405-417.
12. Герасимчук В.Г. Стратегічне управління туристичним підприємством. Графічне моделювання. К. : КНЕУ, 2000. 360 с.

13. Городня Т.А. Економіка туризму: теорія і практика : навч. посібник. К. : Кондор, 2012. 436 с.
14. Дядечко Л.А. Суть та особливості управління підприємствами туристичної сфери. К. 2015. 220 с.
15. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу : навч. посібник. К. : Центр учбової літератури, 2007. 224с.
16. Єсіпова К. Автоматизація бізнес-процесів туристичних підприємств. *Вісник КНТЕУ*. 2011. №6. С.24-35.
17. Іванова В.В. Концептуальні підходи до управління туристичних підприємствах. *Актуальні проблеми економіки*. 2016. № 3. С. 151-156.
18. Кифяк В.Ф. Організація туризму. Чернівці: Книги ХХІ, 2008. 344.с.
19. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні Чернівці: Книги- ХХІ, 2003. 300 с.
20. Кіптенко В. К. Менеджмент туризму. К.: Знання, 2010. 502 с.
21. Коваленко Ю.О. Конкурентоспроможність України як об'єкту міжнародного туризму. *Економіка: проблеми теорії та практики*. 2012. Випуск 380. С.375-379
22. Козак Л.В. Професійно-орієнтовані форми навчання у підготовці фахівців туризму. *Педагогічний процес: теорія і практика : зб. наук. пр.* 2009. № 1. С. 68-78.
23. Кудла Н.Є. Маркетинг туристичних послуг: навчальний посібник. К.: Знання, 2011. 350 с.
24. Любіцева О.О. Методика розробки турів. К.: Альтерпрес, 2008. 346 с.
25. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг. 2-ге вид., переробл. та доп. К. : Альтерпрес, 2003. 436 с.
26. Мальська М.П. Міжнародний туризм і сфера послуг. К. : Знання, 2008. 661 с.
27. Мальська М.П. Організація та планування діяльності туристичних підприємств: теорія та практика : навч. посібник. К. : Центр учбової літератури, 2012. 248 с.

28. Мальська М.П. Туристичний бізнес: теорія та практика : підручник. 2-ге вид., перероб. та допов. К. : Центр учбової літератури, 2012. 368 с.
29. Маркетинг турпродукту : підручник. К. : Кондор, 2009. 394 с.
30. Мельниченко С. Формування бренда туристичних підприємств. Вісник КНТЕУ. 2012. №6. С.35-43.
31. Мельниченко С.В. Інформаційні технології у туристичній індустрії : підручник. К. : КНТЕУ, 2011. 280 с.
32. Мельниченко С.В. Менеджмент підприємства туристичної індустрії : Навч.-метод. посібник. К : КНТЕУ, 2007. 218 с.
33. Менеджмент і маркетинг туризму : навч. посібник. К. : Ліра-К, 2012. 364 с.
34. Михайліченко Г.І. Організація туристичних подорожей : навч. посібник. К. : КНТЕУ, 2011. 392с.
35. Мірзодаєва Т.В., Батиченко С.П., Батун С.Є. Вітчизняна практика розвитку гастрономічного туризму. *Часопис картографії*. 2019. Вип. 1. С. 100-110.
36. Омельницька В.О. Сутність та класифікація видів гастрономічного туризму. *Приазовський економічний вісник*. 2018. №1(6). С.15-20.
37. Панова І. О., Журавчак Я. З. Проблеми та перспективи розвитку гастротуризму в Україні (На прикладі Закарпатської області). *Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна* 2021. Вип 13. С. 202.
38. Пестушко В. Український туризм у контексті глобалізації: сучасний стан і перспективи. *Теорія та методика*. 2017. № 11-12. С. 42-43.
39. Писаревський І.М. Організація туризму: підручн. Харків, 2008. 541 с.
40. Резнікова В. Туристичний продукт: товар чи послуга. *Підприємництво, господарство і право*. 2010. №10. С.64-69.
41. Свида І.В. Сучасний стан, актуальні проблеми та перспективи розвитку вітчизняного ринку туристичних послуг. *Науковий вісник Ужгородського університету*. Ужгород, 2015. № 28(3). С. 64–69.

42. Сокол Т.Г. Основи туризмознавства: навчальний посібник. - К., 2016. 276 с.
43. Стратегічний розвиток туристичного бізнесу : монографія. К. : КНТЕУ, 2010. 596 с.
44. Стукальська Н. М., Антоненко А. В. Гастрономічний туризм в Україні. *Нематеріальна культурна спадщина як сучасний туристичний ресурс: досвід, практики, інновації* : тези доповідей IV Міжнародної науково-практичної конференції-фестивалю, м. Київ, 20–21 травня 2021 р. Київ : КНУКіМ, 2021. С. 247-251.
45. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія. К.: Київський національний торговельно-економічний університет, 2009. 463 с.
46. Трофімук К.В. Основні вимоги до професійної діяльності фахівців туризму. К. 2012. 202 с.
47. Туроперейтинг : підручн. Тернопіль: Економ. Думка ТНЕУ, 2017. 440 с.
48. Чорненька Н.В. Організація туристичної індустрії : навч. посібник. 3-тє вид., доп. і перероб. К. : Атіка, 2009. 392 с.